El periodismo por los periodistas

Perfiles profesionales en las democracias de América Latina



infociudadana

El periodismo por los periodistas

Perfiles profesionales en las democracias de América Latina

Adriana Amado
Editora

Martín Oller-Alonso
Coordinador

Mónica Baumgratz
Asistente de edición



infociudadana

KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG e. V.
Klingelhöferstr. 23
D-10785 Berlín
República Federal de Alemania
Tel.: (49-30) 269 96 453
Fax: (49-30) 269 96 555

FUNDACIÓN KONRAD-ADENAUER,
OFICINA URUGUAY
Plaza Independencia 749, of. 201
11000, Montevideo
Uruguay
Tel.: (598) 2902 0943/ -3974
Fax: (598) 2908 6781
e-mail: info.montevideo@kas.de
www.kas.de

CENTRO PARA LA INFORMACIÓN CIUDADANA
(CIC) Asociación Civil
www.infociudadana.org.ar
inf.ciudadana@gmail.com

Programa Regional "Partidos Políticos y Democracia en América Latina"

Directora
Dra. Kristin Wesemann

Coordinador editorial
Manfred Steffen

Corrector
Alejandro Coto

Diseño y armado
Taller de Comunicación

978-9974-8440-5-6

Tabla de contenido

Agradecimientos

Este libro es apenas un hito dentro de un gran trabajo que vienen realizando muchos investigadores de Latinoamérica alrededor del periodismo y los medios de comunicación del continente. Los colaboradores de este libro son referentes académicos en su especialidad que aceptaron desinteresadamente aportar el fruto de su trabajo para una publicación que busca divulgar la situación de los periodistas en la región, para que los profesionales conozcan algo más de las condiciones en que trabajan sus colegas de la región. Pero, sobre todo, para propiciar que la sociedad toda, que recibe a diario las noticias que producen, conozca las condiciones de trabajo de aquellos a los que se asigna la función de informar a la comunidad. En el espíritu de estas investigaciones está aportar datos concretos a una discusión que suele ser abstracta, que juzga o pondera la tarea periodística por las noticias que ve, pero poco conoce de sus procesos. A todos los autores, especialmente a los responsables de cada país por los grupos de investigación, nuestro reconocimiento por la gran tarea desarrollada en pos del conocimiento del periodismo y el agradecimiento repetido por la generosidad con que brindaron sus aportes.

Agradecemos también a los responsables del grupo internacional de investigación Worlds of Journalism que han guiado y apoyado el trabajo de campo, Thomas Hanitzsch y Corinna Lauerer. Los coordinadores regionales, Claudia Mellado desde el momento inicial y Martín Oller-Alonso durante el último año, han sido vitales para la articulación de un grupo de trabajo con espíritu regional. Reconocemos especialmente a la Dra. Mellado, responsable también del grupo de investigación Journalistic Role Performance, por su tarea de impulsar la investigación del periodismo desde el continente llevando la perspectiva latinoamericana a foros internacionales. Agradecemos también al profesor Silvio Waisbord, por su mirada integradora desde el prólogo y por su apoyo invaluable al estudio de la profesión.

La publicación no hubiera sido posible sin el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, y agradecemos a Kristin Wesemann por entusiasmarse con la idea y hacer que se concrete, y especialmente a Manfred Steffen, por su apoyo a nuestra tarea pero, sobre todo, por la comprensión de los avatares que una obra colectiva como esta enfrenta en su proceso. El trabajo que viene desarrollando el Centro para la Información Ciudadana sería impensable sin el aporte de los socios y voluntarios que ponen su entusiasmo para que la organización siga aportando investigaciones a la discusión pública. Un agradecimiento especial a Mónica Baumgratz y a Nicolás Rotelli por la colaboración fundamental para que esta obra se concretara.

Dra. Adriana Amado
Presidente
Centro para la Información Ciudadana

Prólogo
El periodismo en contextos de mutación e incertidumbre

Silvio Waisbord

Mucho se ha debatido sobre el perfil ocupacional y la cultura del periodismo en América Latina, tema fundamental para entender las prácticas que subyacen a la producción de noticias e información. Usualmente, las posiciones y discusiones son puramente especulativas y grandilocuentes, y se afirma con llamativa autoridad que *el periodismo* es esto y lo otro. Tales juicios se basan generalmente en pareceres personales o anécdotas antojadizas, sin criterios claros o justificables de selección y representatividad. Casos excepcionales de condiciones de trabajo, salario y actitudes, que comúnmente se conocen sobre periodistas *estrella* o reporteros con visibilidad pública, son tomados como suficientes para formular juicios categóricos y supuestamente representativos de una complicada realidad. Se pontifica sobre *el periodismo* sin información fehaciente que permita confirmar la verdad de cualquier apreciación o cotejarla con las condiciones existentes.

Opinar sobre *el estado del periodismo* es fácil y gratis; solamente requiere la intención de expresar ideas y acceso a plataformas públicas. En cambio, hablar con datos y matices demanda trabajo, tiempo y recursos económicos. Obviamente, no es fácil ofrecer conclusiones basadas en datos aplicables a nivel nacional y regional. A pesar de estudios recientes, solo hay información limitada que permite comprender aspectos centrales del periodismo, tales como el contexto laboral y las creencias individuales y colectivas, y que permite entender su funcionamiento, especialmente en perspectiva regional.

Asimismo, hay una complicación inevitable: ya no es obvio qué se debe entender como *periodismo*,

si se toma en consideración que este atraviesa una inusitada transición que desdibuja antiguos contornos y lleva a interrogar sobre su presente. La conjunción de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales ha sacudido a la industria de noticias y de medios, a las estructuras que sostenían las bases modernas del periodismo. Los pilares del periodismo están en un profundo proceso de cambio: las bases económicas, las rutinas de trabajo, el conocimiento de audiencias, la definición de la información, el período de vida de la noticia, el consumo/participación de públicos, las herramientas de trabajo, las plataformas de distribución y el progresivo aplanamiento de las estructuras de difusión y participación.

En este contexto de mutación e incertidumbre se necesitan datos sistemáticos y rigurosos para comprender debidamente el estado actual del periodismo y evitar la tentación del *opinionismo* resbaladizo de evidencias. Este libro responde a este desafío con una filigrana de datos sobre las condiciones de la labor y la cultura periodística. El texto ofrece una valiosa radiografía de las condiciones de trabajo periodístico, una instantánea meticulosa y ancha de la realidad en la región, que permite fundamentar y rebatir argumentos sin necesidad de recurrir a corazonadas u observaciones salteadas. Es un trabajo que se perfila a ser referencia obligada por la calidad y profundidad de la información, la panorámica regional y la agudeza del análisis y conclusiones. Es una colaboración inédita de académicos que produjeron un cuadro de situación impecable, producto de investigaciones pacientes y del análisis comparativo. Los datos puros son un arcón riquísimo de materiales que seguramente serán examinados por trabajos futuros; el análisis sugiere interesantes conclusiones que darán lugar a conversaciones y estudios. No es exagerado decir que de aquí en más será posible anclar el debate académico y público en datos y conclusiones aquí vertidas y así evitar que caiga puramente en intuiciones, percepciones o clarividencias.

La riqueza de la información permite varias lecturas, que ayudan tanto a elaborar conclusiones como a formular preguntas. En este prólogo no es mi intención agotar el análisis ofrecido en este libro o pasar el peine a todos los datos expuestos. Esto es imposible, ya que hay mucha tela para cortar y la evidencia puede ser interpelada y reformulada de múltiples maneras. Mi propósito es apuntar temas que, a mi juicio, son particularmente interesantes y merecen atención.

El cuadro muestra rasgos particulares de las condiciones del trabajo periodístico: la gran mayoría de los entrevistados trabaja para medios privados tradicionales, generalmente tiene un empleo y produce un enorme volumen de notas. Esto da pie a tres conclusiones. Primero, los medios privados industriales son el gran contexto donde se desenvuelve el periodismo, lo cual, si bien no es completamente sorprendente, confirma que ni los medios públicos, oficiales, comunitarios o digitales definen las condiciones de trabajo para la mayoría. Hablar de periodismo es hablar, ante todo, de periodismo en medios comerciales. Segundo, a pesar de la persistente discusión sobre el supuesto extendido pluriempleo, los datos muestran que un porcentaje limitado tiene más de un trabajo remunerado. Tercero, las condiciones de

trabajo, sin embargo, parecieran no permitir tiempo suficiente para trabajar notas en profundidad o procurar fuentes e información para producir notas multidimensionales. Pareciera que la cantidad más que la calidad suele ser esperada por las estructuras de empleo y gerenciamiento.

Asimismo, el bajo índice de pertenencia y participación en gremios sugiere que los periodistas no optan por acciones colectivas tradicionales, como los sindicatos, para demandar y garantizar adecuadas condiciones de trabajo. Si bien hay diferencias en los países incluidos en la muestra, surgen preguntas que merecen atención: ¿A quién recurre el periodismo para reclamar y asegurar condiciones de trabajos deseables?, ¿qué poder tiene para influir en las decisiones sobre la organización del trabajo? Este es un tema clave si consideramos la precariedad del trabajo periodístico, sujeto a constantes vaivenes producidos por cálculos empresariales, la imprevisibilidad del mercado laboral en una industria en transición y los cambiantes vientos políticos que dejan enormes secuelas económicas en el sector de medios.

Asimismo, la evidencia ofrece interesantes conclusiones sobre la cultura periodística, las creencias y actitudes sobre el trabajo. Varios hallazgos merecen ser remarcados, ya que permiten entender el acercamiento del periodismo a la noticia y la sociedad. Que la gran mayoría de los entrevistados suscriba la noción de que *mostrar las cosas tal como son* es un objetivo central del periodismo indica una notable adhesión al realismo filosófico (la premisa de que hay una realidad externa y tangible que puede ser reportada). El *realismo básico* caracteriza la epistemología del periodismo. No pareciera haber sentimientos posmodernistas o simpatías con la idea de la construcción social de la realidad. Las redacciones no son espacios que hayan recibido al posrealismo con brazos abiertos. Por el contrario, creen en una realidad establecida, con existencia independiente, que puede ser captada por el radar periodístico. Esto no implica una inocencia de creer que no haya distorsiones o filtros. Tal posición no debe ser confundida con la objetividad como ecuanimidad en la producción de la información. Son dos temas diferentes que usualmente son confundidos como sinónimos de la objetividad. Aquí hay una creencia en el realismo de los hechos que el periodismo puede y debe informar: no hay un reconocimiento de la ausencia de filtros en el conocimiento de la realidad.

Otro rasgo notable es la alta percepción de autonomía expresada por los entrevistados. Tal sentimiento sobresale en un mundo de heteronomías varias, especialmente en lugares de trabajo con jerarquías y reglas. Este hallazgo sugiere varias preguntas. Si comúnmente se argumenta que el periodismo es blanco de presiones internas y externas, ¿cómo explicar que gran parte de las respuestas reporten un sentimiento de autonomía significativo? ¿Trabajan los periodistas para medios con los que coinciden en líneas editoriales? ¿Se mimetizan con intereses empresariales y por eso sienten que son *autónomos*? ¿Hay protección de la independencia individual de criterio en la selección de temas, fuentes y marcos de análisis en las burocracias de las redacciones? ¿Son las presiones más palpables sobre determinados temas y secciones? ¿Son las respuestas brindadas por

los entrevistados auténticas o reflejan el sesgo de *aprobación social* (decir aquello que se espera sea bien visto por otros; es difícil imaginar que alguien conteste, con orgullo, «carezco de absoluta autonomía para hacer lo que quiero»)?

No es claro cómo responder a estas preguntas ya que no es obvio reconciliar diferentes hallazgos sobre la autonomía y heteronomía en las redacciones. Esto es importante por la sencilla razón de que la autonomía es un requisito fundamental para cualquier profesión. Sin autonomía, cualquier trabajador se convierte en correa de transmisión y en instrumento de intereses externos a una ocupación, gremio o profesión.

Otra característica que llama la atención es que, a pesar de la alta desconfianza del gobierno, solamente una minoría de los entrevistados se inclina por entender que el periodismo debe ser adversario del gobierno. Hay una convicción fuerte de que debe monitorear las acciones del gobierno, pero esto no implica pensar que el periodismo deba ser un enemigo en constante acecho y oposición. No hay una ferviente creencia de que el mandato principal del periodismo es ser el *cuarto Estado* acérrimamente enfrentado al gobierno. Ni tampoco existe apoyo a la idea de que deba ser relacionista público de los funcionarios de turno. ¿Cómo se explica el escepticismo frente al gobierno (más que al sector privado, de hecho) sin el endoso del periodismo como opositor a rajatabla?

Más que apoyar esta última opción, existe mayor inclinación a pretender que el periodismo funcione como una institución cívica que defienda principios localizados ideológicamente en progresismo, la tolerancia, la diversidad y el cambio social. Se puede decir que tales objetivos están enlazados con una concepción de la política y la vida pública convencionalmente ubicada en el amplio espectro de la izquierda más que la derecha. No es una identidad o militancia estrictamente partidaria, sino de convicciones *progresistas* en líneas generales. No hay un liberalismo a ultranza focalizado en el gobierno como sospechoso y fuente de todos los males, sino un escepticismo cauteloso frente al poder político. Estas creencias no sorprenden, si consideramos que la mayoría de los entrevistados declaran estar identificado con ideas de centroizquierda.

Pero antes que los críticos sucumban a la tentación de etiquetar a la prensa como *izquierdista* o que la izquierda se entusiasme con la presencia de aliados potenciales en las redacciones, es preciso considerar una cuestión fundamental: la compleja interacción entre las actitudes personales sobre roles deseables y el desempeño real en la vida cotidiana del periodismo.

Que los periodistas crean en la importancia de determinados roles no implica automáticamente que sus deseos se transformen en moneda corriente y expectativas organizacionales. Si fuera así, América Latina se caracterizaría por una noble prensa al servicio de causas cívicas y públicas, lo cual contradice la dirección editorial de los medios de información en la región. Es difícil conjugar la idea de que periodistas efectivamente produzcan noticias *progresistas* si se tienen en cuenta los altos índices de concentración de propiedad en la región y que los medios

privados históricamente han sostenido intereses conservadores y reaccionarios. Creer que las noticias reflejan transparentemente el progresismo valorativo de los periodistas es tan real como un unicornio azul o una melodía militar disonante. Concluir que las redacciones son nidos de progresismo sobre la base de las aspiraciones individuales es ignorar la interacción entre creencias personales y expectativas organizaciones y empresariales.

Esta situación es análoga a las convicciones escépticas frente al gobierno y el predominio de la información oficial en las noticias. Si los periodistas fueran tan escépticos de las intenciones gubernamentales y consecuentes con la visión de la prensa como monitoreo del poder político, ¿cómo explicar que la información frecuentemente lleva la marca oficial en el orillo? Si hay tanta desconfianza frente a la palabra oficial, ¿por qué los funcionarios suelen gozar de acceso irrestricto a micrófonos, páginas de noticias y oídos periodísticos?

¿Cómo entender estas aparentes contradicciones entre aspiraciones y realidades? Hay situaciones y dinámicas que no son fácilmente capturadas y entendidas si miramos solamente a las creencias individuales. La visión sobre roles posibles y deseables no siempre empata con la realidad de las redacciones. Existen acomodamientos, tensiones, negociación en cualquier empresa periodística como en cualquier institución e industria con mandatos, jerarquías e intereses múltiples.

Por lo tanto, es importante incorporar una perspectiva que ponga el acento en la construcción de intersubjetividad y prácticas profesionales en contextos reales de trabajo. Toda visión normativa y ética de cualquier ocupación es situacional. No hay periodismo de lobos solitarios; no hay individuos trabajando en aislamiento o despojados de consideraciones externas. Hay redes de colaboración y jerarquías, intenciones y expectativas, relaciones personales y organizacionales, filtros individuales y sociales. Por eso, se debe abrir la lente y tomar una imagen panorámica que localice el imaginario colectivo periodístico sobre las prácticas deseables dentro de contextos particulares de trabajo.

La lección principal es que se debe considerar cuidadosamente la evidencia ofrecida y cotejarla con el análisis del funcionamiento del periodismo. Este libro es una ayuda inmensa en esta tarea, ya que logra el propósito de cualquier investigación sólida: ofrecer evidencia detallada y original, plantear argumentos provocadores y formular preguntas que preparan el terreno para trabajos futuros.

Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales

Adriana Amado (Argentina)
Jesús Arroyave (Colombia)
José Luis Benítez (El Salvador)
Palmira Chavero Ramírez (Ecuador)
Miguel Garcés (Colombia)
Sallie Hughes (México)
Mireya Márquez (México)
Claudia Mellado (Chile)
Sonia Virginia Moreira (Brasil)
Martín Oller Alonso (Ecuador)

La descripción del perfil laboral y los roles profesionales de los periodistas de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México aporta evidencias de ciertas tendencias que ayudan a entender en qué consiste ser periodista en América Latina. Dentro del marco del proyecto Worlds of Journalism Studies (WJS),[1] equipos de investigación de estos países analizaron los datos obtenidos a partir de una encuesta común durante los años 2013 y 2015 (véase anexo de este capítulo). Este estudio de la situación profesional de los periodistas en América Latina se enmarca dentro de las redacciones de los medios de comunicación donde estos desarrollan su trabajo. El sistema mediático en el que participan estos medios y periodistas se inscriben, a su vez, en los contextos particulares de cada uno de estos países latinoamericanos, con determinadas peculiaridades definidas por sus sistemas político, económico, social, cultural, académico, tecnológico, entre otros. Sin desconocer esta diversidad, la comparación de algunas características de la profesión a nivel regional a partir de ciertos indicadores comunes permite considerar las similitudes y las diferencias como punto de reflexión acerca de una identidad regional dentro de las diversidades locales.

Los datos obtenidos en los siete países analizados permiten ponderar los cambios en la profesionalización de la actividad periodística en la región y aportar perspectivas a la discusión de los modelos de periodismo, especialmente los occidentales, que son los estudios que cuentan con una mayor tradición tanto en Europa como en Estados Unidos.

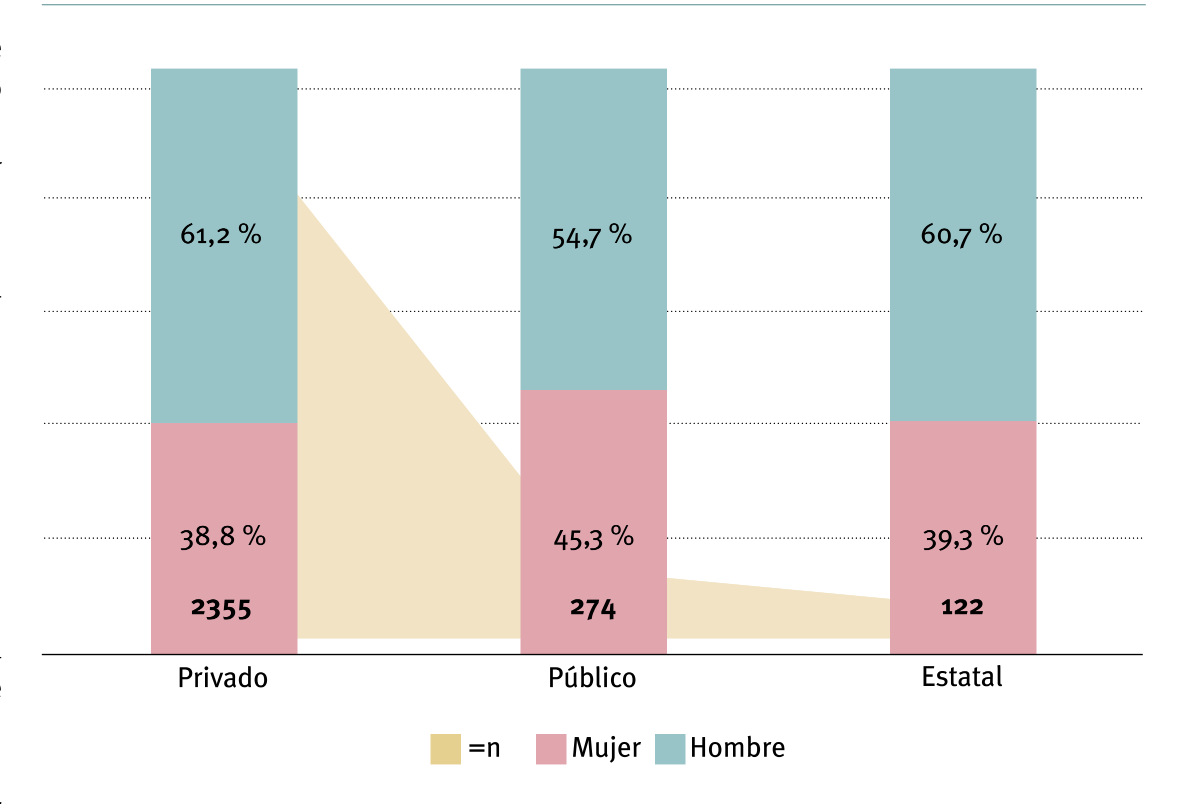
1 Proyecto Worlds of Journalism Study: ‹http://worldsofjournalism.org› [consulta: 8.8.2016].

El perfil de los profesionales del periodismo en América Latina se forja a partir de la miscelánea entre la experiencia generada en su convivencia y actividad profesional diaria y los modelos globales que circulan en la formación universitaria. De este modo se crea una tipología de profesional específica y única concebida por las características individuales y grupales, las realidades de multi o interculturalidad, localidad, integración, desregulación, intervencionismo y libre mercado que delinean una identidad de los periodistas a partir de rasgos comunes y divergentes, en un continente en que la diversidad social, étnica y cultural es la característica común.

Quiénes son periodistas en Latinoamérica

Según surge los resultados de las encuestas aplicadas en los siete países, el periodista en América Latina es hombre, mestizo o blanco, de poco más de treinta años, con un grado universitario en comunicación o periodismo, trabaja para un medio de comunicación, produce un promedio de 25 notas por semana y no pertenece a ninguna asociación profesional. Los 2789 periodistas que se entrevistaron durante los años 2013 y 2015 en 438 medios de comunicación, tienen 35,3 años en promedio, aunque la mayoría se ubican entre los 28 y los 35 años. De ellos 1682 son hombres, el 60,3 % del total de la muestra. La proporción se mantiene en los medios privados y estatales, con una mejora en el caso de los medios de la sociedad civil, en los que la proporción de mujeres llega al 45,9 %. A pesar de que estas siguen es-

Gráfico 1.1. Distribución de género entre los periodistas entrevistados en los distintos tipos de medios (en porcentajes)



tando en minoría, puede decirse que ha habido un aumento de su presencia dentro del gremio, ya que en el año 2000 representaban el 27 % de los periodistas y actualmente son el 41 %, según el informe presentado por el proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, 2015), porcentaje bastante similar al que surge de la muestra de nuestro estudio.

El periodismo en la región latinoamericana se presenta como una profesión en proceso de cambio y profesionalización. Los entrevistados cuentan

mayoritariamente con un grado universitario (70,9 %). De estos, la gran mayoría (73,9 %) están especializados en periodismo (44,3 %), comunicación social (11,5 %) o en ambas disciplinas (18,1 %). Además, el 13,4 % poseen un máster y el 1 % un título de doctor. Solo el 0,8 % no cuentan con estudios.

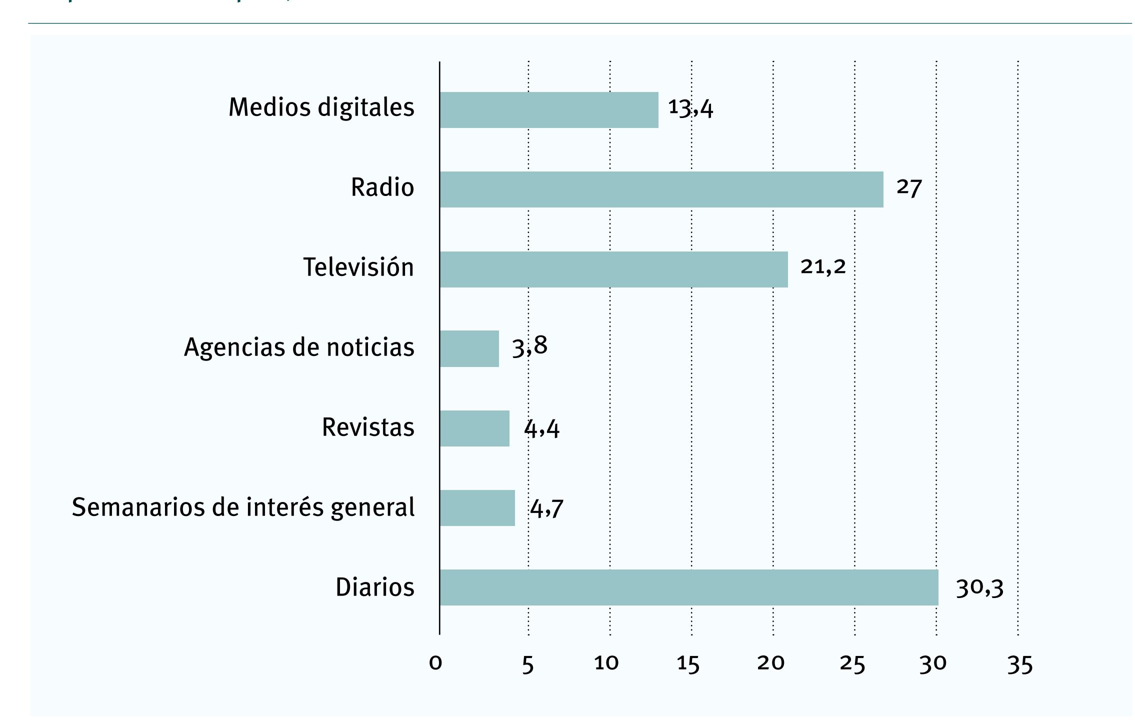
El 63,5 % de los encuestados no se identificaron dentro de ningún grupo étnico y entre los que respondieron a esta cuestión, el 12,4 % se reconocieron como mestizos, el 9,1 % blancos y el 7,8 % latinos. Solo el 1,7 % se autocalificaron como indígenas. Los resultados muestran que la principal afiliación religiosa es la católica romana (22,8 %), y junto con la opción al secularismo (17 %) son las más destacadas. Solo una quinta parte de los periodistas considera la religión muy o extremadamente importante (20,2 %), mientras que más de la mitad de los periodistas (52,7 %) no respondió a esta cuestión. Finalmente, el 85 % de los 1657 periodistas que contestaron a la pregunta sobre su ideología política afirmaron sentirse identificados con una tendencia de centroizquierda.

Estos resultados exhiben que en la profesión periodística siguen dominando los principales grupos étnicos y religiosos, aunque se trata de un aspecto difícil de determinar, a juzgar por el alto número de entrevistados que prefirieron no responder esas preguntas. De hecho, ciertos países, como Argentina, decidieron no incluirlas dado que en el estudio preliminar constataron que las preguntas por etnia, religión y pertenencia partidaria generaban incomodidad en los entrevistados. Además, podría pensarse de igual modo en cuestiones de autocensura, especialmente en la pregunta sobre la ideología política, esperable en escenarios polarizados partidariamente como los de muchos de los países incluidos en el estudio. Sin embargo, se advierte una clara tendencia de centroizquierda en las inclinaciones políticas de los periodistas en la región.

El periodismo en América Latina se define como una profesión relativamente reciente ejercida por profesionales jóvenes, con una experiencia de casi once años, en promedio. Dos tercios (61,8 %) cuentan con menos de diez años de experiencia profesional y solo una cuarta parte (23 %) entre diez y veinte años. Casi tres cuartas partes de los periodistas latinoamericanos encuestados tienen un puesto de trabajo a tiempo completo (73,2 %), mientras que cerca de una quinta parte (19,8 %) están empleados a medio tiempo y el 6,7 % trabajan como *freelance*. Entre los empleados —a tiempo parcial o completo—, el 68 % cuentan con un contrato permanente y el 32 % con un contrato temporal.

Los periodistas latinoamericanos desempeñan, principalmente, su actividad profesional en un solo medio de comunicación, donde más de la mitad ocupa puestos sin responsabilidades editoriales. Más de la mitad de los periodistas latinoamericanos encuestados (58,9 %) llevan a cabo varias tareas diferentes, y las principales áreas informativas en que trabajan son las de actualidad (23,4 %); política general, internacional y nacional (15,5 %); deportes (13,8 %); cultura (12,1 %); economía (10,4 %) y entretenimiento (8,7 %). Casi tres cuartas partes de los encuestados (71,8 %) trabajan en una sola redacción y el 30,9 % tienen un trabajo adicional diferente al de periodista. Elaboran una media de 25,13 noticias por semana

Gráfico 1.2. Medios en los que trabajan los periodistas entrevistados (en porcentajes, respuestas múltiples)



y, principalmente, son reporteros (38,7 %), redactores (13,5 %), jefes de redacción o editores (8,7 %), productores (8,5 %) y editores jefes (8,4 %).

Los resultados indican la lenta transición desde las plataformas analógicas a las digitales. La mayor parte de los periodistas latinoamericanos entrevistados trabajan en medios de comunicación convencionales (88 %): más de un tercio lo hacen en medios impresos (30,3 % en diarios, 4,7 % en semanarios y 4,4 % en revistas); el 27 % en radio y el 21,2 % en televisión. El 13,4 % del total de la muestra trabajan en medios *online*, de los que el 4,6 % los hacen en redacciones digitales de medios tradicionales y el 8,8 % en medios *online* autónomos. Solo 3,8 % llevan a cabo su actividad profesional en agencias de noticias.

La preponderancia de medios de comunicación de propiedad privada, en los que trabajan la mayor parte de los encuestados, alerta sobre los riesgos de concentración mediática, obstaculiza además la todavía baja penetración de los medios locales, donde tradicionalmente se incluyen los medios alternativos y comunitarios, más apegados al ciudadano y basados principalmente en el valor social del periodismo. Concretamente, más de tres cuartas partes (85,4 %) de los periodistas trabajan en medios privados, mientras que solo el 13,7 % lo hacen en medios públicos o gubernamentales. Por otra parte, respecto a la cobertura de los medios, más de un tercio (38 %) trabajan en medios nacionales, un cuarto (25,8 %) en medios regionales, un 22,6 % en medios locales y algo más de una décima parte (13,7 %) en medios internacionales.

Uno de los aspectos más llamativos respecto a la identidad del periodista latinoamericano es su falta de inscripción gremial, ya que menos de uno de cada tres (29,1 %) es miembro de una asociación profesional relacionada con el periodismo. Eso no solo explica los altos niveles de individualismo y competencia entre los periodistas, sino que también habla de la debilidad de los marcos de contención laboral y profesional que suelen brindar las agrupaciones y asociaciones profesionales (Carlson y Lewis, 2015). Esta circunstancia no solo limita la capacidad colectiva de acción sino que, y sobre todo, deja un alto grado de desprotección frente a las agresiones internas y externas a la profesión.

Gráfico 1.3. Proporción de periodistas miembros de una asociación profesional, por tipo de medio

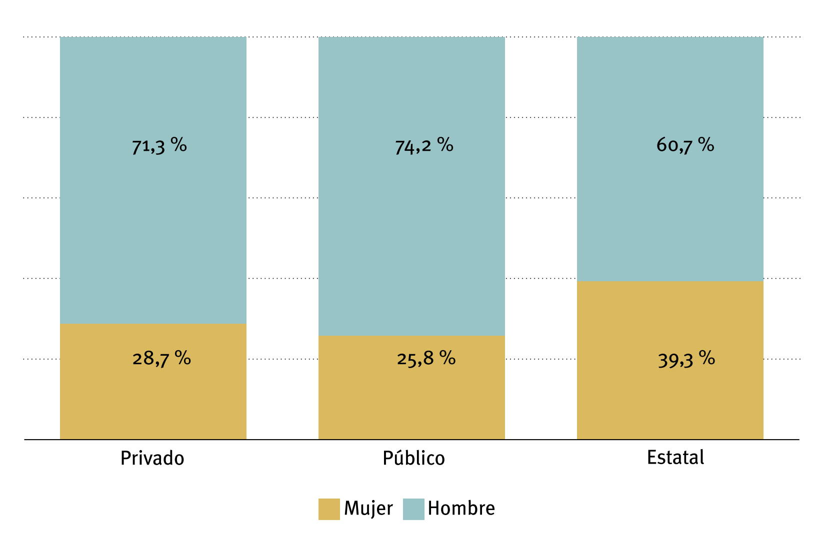
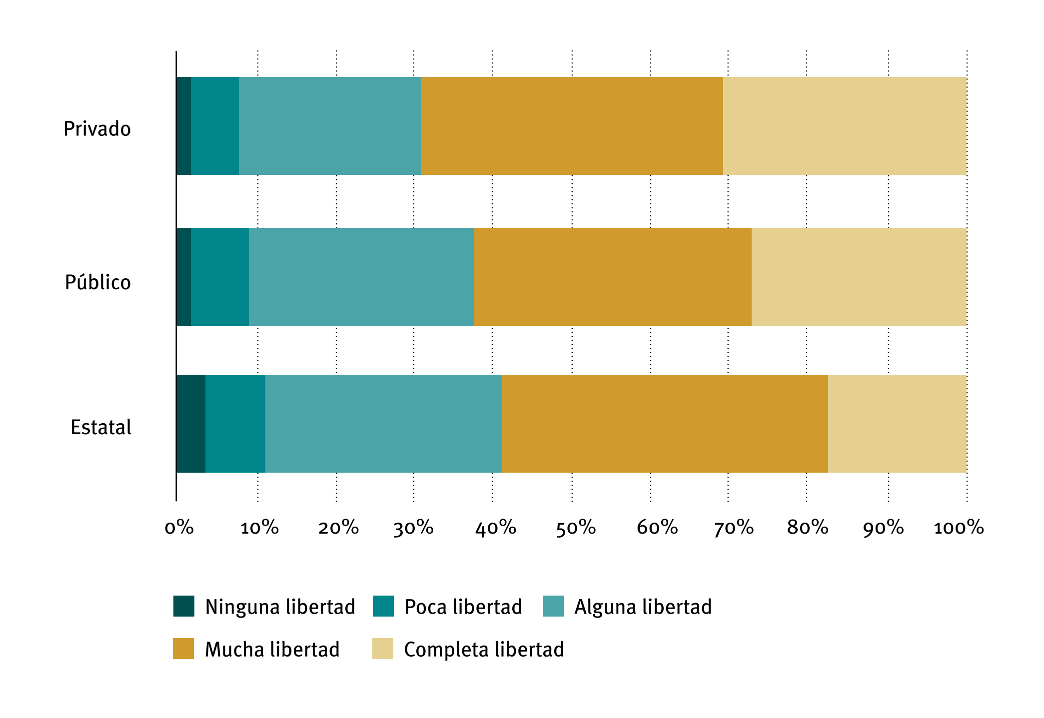


Gráfico 1.4. Libertad para seleccionar historias, por tipo de medio



Influencias en el trabajo periodístico

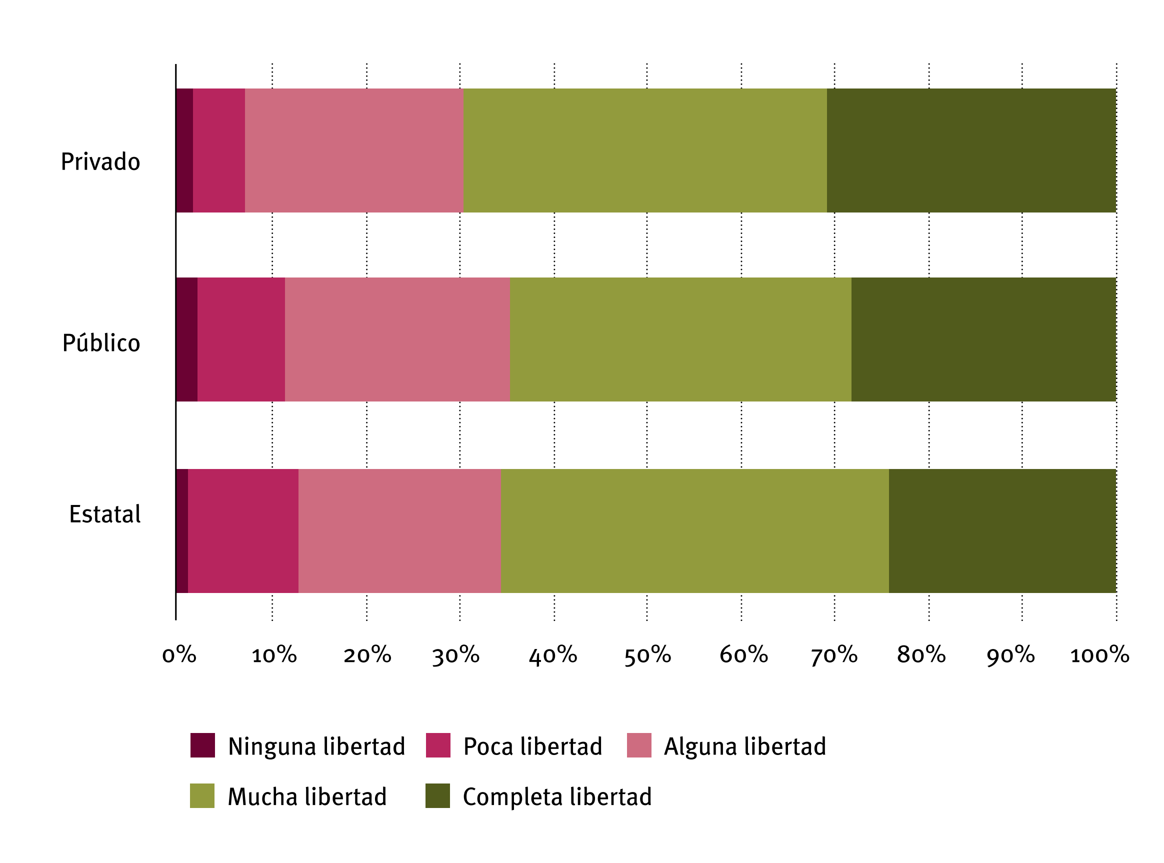
Los periodistas latinoamericanos manifiestan tener una gran autonomía para realizar su trabajo. Tres profesionales de cada cinco dicen tener total o gran libertad para elegir las historias que reportan (67,9 %). Al abrir los datos por tipo de medio, no se perciben grandes diferencias en la libertad percibida en medios privados, estatales o de la sociedad civil (*públicos*, en el encuadre de la encuesta). Contrariamente a lo que sostuvo parte del debate entre gobiernos contra medios y periodistas, que acusaban de manipulación a los empresarios en la actividad periodística, los periodistas de medios privados son los que expresan mayores niveles de autonomía.

Percepción similar se registró con relación a la libertad para decidir qué aspectos enfatizar (68,9 %), aunque solo la mitad reconocen participar en las reuniones editoriales (52,8 %). Nuevamente el porcentaje levemente más alto asignado a «ninguna o poca libertad» en la selección de los temas se registra en los medios estatales, que permiten un mayor grado de libertad a la hora de elegir el enfoque.

La percepción de autonomía es alta en países con distintos niveles de libertad para la profesión. Por tomar un índice que abarque a todos los países en los últimos años, la tabla de posiciones de la organización Reporteros sin Fronteras[2] muestra a los países incluidos en esta publicación en muy distin-

2 El índice se elabora con base en un cuestionario que releva opiniones calificadas en cada país en temas como el desempeño en materia de pluralismo, la independencia de los medios de comunicación, la seguridad y el respeto a la libertad de los periodistas, el marco legal. Véase Reporteros sin Fronteras, en ‹https://rsf.org/es/metodologia-detallada› [consulta: 22.8.2016].

Gráfico 1.5. Libertad para decidir el enfoque de las historias, por tipo de medio



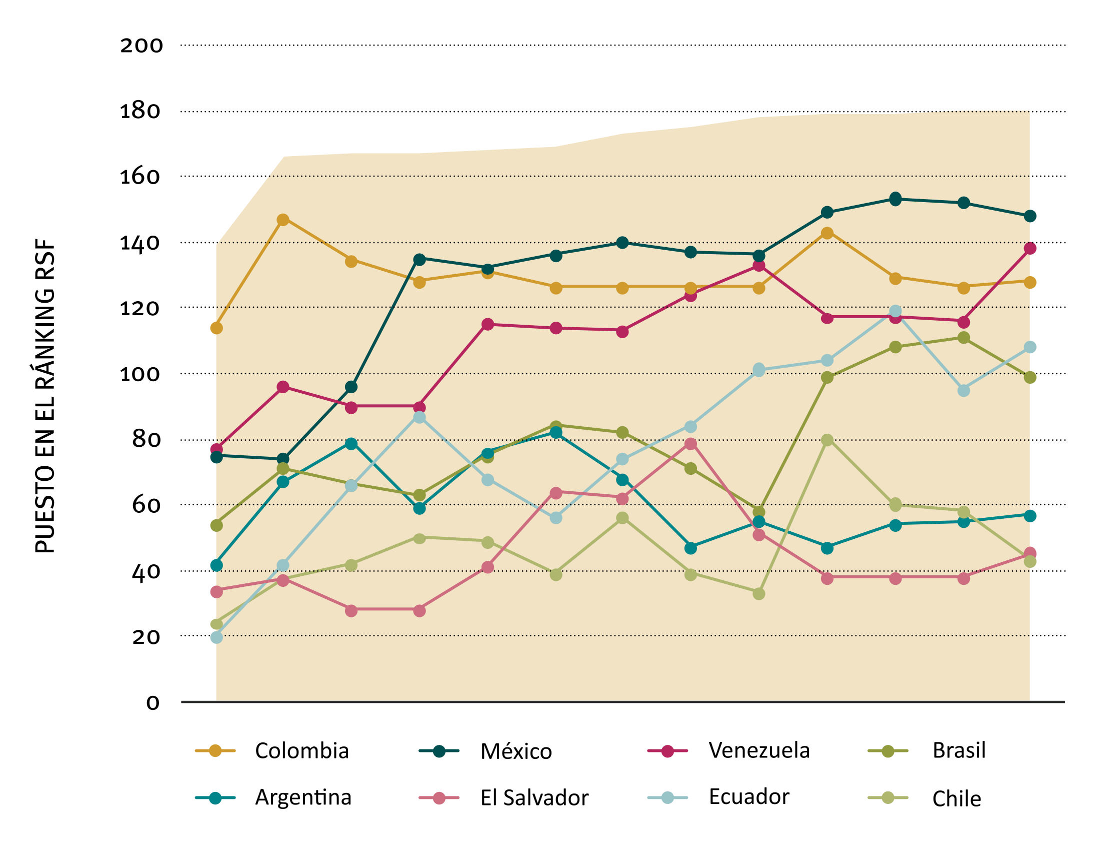
ta posición hacia 2015, aunque todos, con excepción de Colombia, se ubicaban por debajo de la mitad de la tabla en 2002. Países con la situación más crítica, motivada por agresiones graves o asesinatos a periodistas, como México, Venezuela y Colombia, ocupan las últimas posiciones hacia 2015. Ecuador y Brasil muestran un agravamiento de la situación que los corre por encima del puesto 100 desde 2011. En cambio, Argentina, El Salvador y Chile parecen haber mantenido más o menos cierta estabilidad según esa medición, aunque las distintas variables muestran que se trata de países con culturas periodísticas diferentes (véase gráfico 1.6).

Los roles profesionales de los periodistas en América Latina

Los periodistas, en particular, y los medios de comunicación, en general, son recolectores, generadores, mediadores, gestores, difusores y receptores de información dentro de los procesos de comunicación que relacionan el periodismo con el resto de sistemas en el proceso de circulación de contenidos. Estas acciones, a su vez, están orientadas por diversas percepciones, valoraciones, ideas, intereses, prácticas y posicionamientos que tienen que ver con los contextos, la formación académica y los encuadres profesionales de cada sociedad. Esta percepción configura modelos que orientan las decisiones que toman en su tarea cotidiana y aportan los rasgos con que podrían definirse las identidades periodísticas nacionales y regionales. Los datos obtenidos en la encuesta permiten establecer comparaciones entre los países analizados y conocer las diferencias y similitudes en los modelos que orientan la profesión a nivel general y en cada uno de ellos.

En América Latina la discusión gira en torno a los periodistas y su relación con los medios de comunicación. Se ha puesto en debate, en los últimos años, la influencia de los grandes conglomerados mediáticos privados y las políticas gubernamentales en su

Gráfico 1.6. Posición en la clasificación mundial de Reporteros sin Fronteras de los países incluidos en esta publicación



situación profesional. La comparación de las percepciones de los periodistas permite delinear un perfil propio de los diversos modelos de periodismo en la región, capaz de ofrecer datos esclarecedores de la heterogeneidad y la diversidad de circunstancias que tiene cada uno de los países. Este ejercicio no solo permite comparar la tipología específica del periodista latinoamericano, sino que, además, posibilita la definición de los rasgos comunes y divergentes de cada uno de los países y subregiones de América Latina. Sin pretender definir un perfil profesional homogéneo o definitivo del periodista latinoamericano, se presentan las tendencias profesionales de los periodistas que surgen del estudio, para sentar un precedente de datos sólidos no solo para las investigaciones académicas. Estos perfiles también podrían servir de conocimiento para los profesionales y de insumo para sus entidades y empleadores.

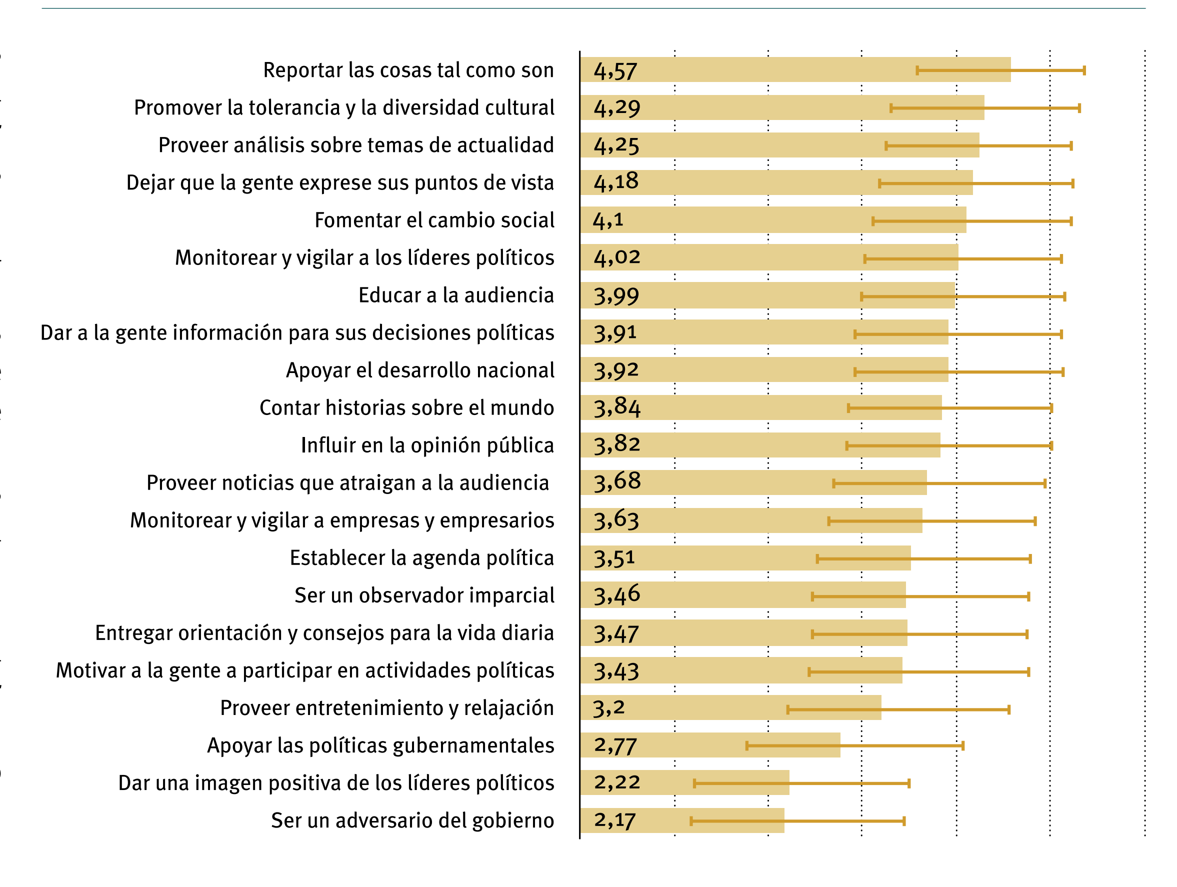
Los roles profesionales más valorados por los periodistas en América Latina son reportar las cosas tal y como son (91,1 %); promover la tolerancia y la diversidad cultural (81,9 %); proveer análisis sobre temas de actualidad (80,1 %); dejar que la gente exprese sus puntos de vista (78,4 %) y fomentar el cambio social (74,9 %). Además, se encuentra un alto consenso entre los encuestados respecto al ejercicio de estos roles profesionales, tal y como muestran los bajos índices de desviación estándar. En el otro extremo, los aspectos profesionales con menores índices de aceptación están relacionados con apoyar las políticas gubernamentales (28,6 %); dar una imagen positiva de los líderes políticos (16,2 %) y ser un adversario del gobierno (16,2 %). La amplitud de la desviación estándar señala que también son los roles en donde hay más diferencias en las respuestas. De todos, el de proveer entretenimiento y relajación al público es el más controvertido debido a que no solo tiene poco consenso (1,35 de desviación estándar), sino que está entre los menos mencionados por los periodistas. Resulta interesante comparar esta respuesta

con la de otros periodistas del estudio WJS, como los de Gran Bretaña, que la consideraron entre las cinco más importantes (Thurman et al., 2016).

Los aspectos valorados en los modelos tradicionales de periodismo también lo son en los países investigados, con leves diferencias que muestran la divergencia de criterios en la forma de ejercer la profesión. La aspiración de reportar las cosas tal y como son cuenta con el mayor apoyo y consenso entre los periodistas; está por encima de la media regional en El Salvador, Colombia, Argentina y México, con leves diferencias en el resto de los países analizados. Este principio generalmente se encuadra en lo que se conoce como periodismo de control o *watchdog* (perro guardián). Sin embargo, hay muchas menos coincidencias respecto a otros principios de este modelo de investigación, como el del monitoreo a los actores de poder o la imparcialidad. Es menor la importancia que se le da a auscultar la actividad económica que la política y existen grandes diferencias entre el país que le da mayor importancia a controlar los líderes empresarios (Colombia, 67,8 %) y aquel que lo considera un aspecto menos relevante (Brasil, 35,2 %).

Con relación al control del accionar de la política, El Salvador y México están por encima de la media que indica que siete de cada diez periodistas consideran muy importante esta función, y nuevamente es Brasil (52,1 %) el país que se ubica en un nivel inferior. También es bajo en este país el papel de proveer información y análisis de temas de actualidad, y junto con El Salvador se distancian del consenso que despierta en los periodistas de los otros países.

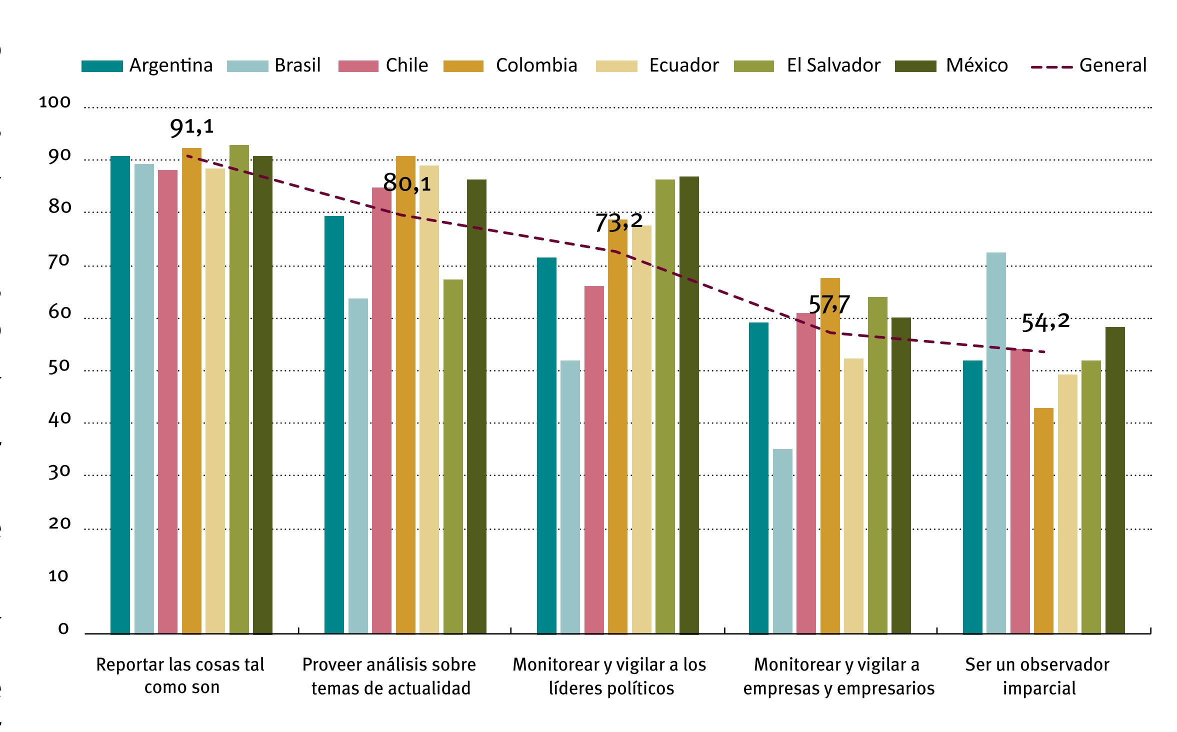
Gráfico 1.7. «¿Qué tan importante es el siguiente aspecto en su trabajo?» (5 es «extremadamente importante» y 1 es «nada importante»). Media para Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador y México, con barras de desviación estándar



En América Latina, las tensiones entre los gobiernos y el sistema de medios se pusieron en evidencia en reformas legislativas para el sector, como las que hubo en Argentina, Brasil, Ecuador, México, Venezuela y Uruguay en la primera década de este siglo. En la región, los roles asociados al modelo difusor o de intervención en aspectos políticos tienen más divergencia, como contracara de ese consenso con los principios de neutralidad y control que manifestaron los entrevistados. Las diferencias detectadas en relación con el principio de ser un observador imparcial contrastan con el bajo consenso que tienen las actitudes que expresan una posición política, como ser adversario o aliado del gobierno. Respecto a la relación entre los periodistas y los actores políticos, Colombia, Ecuador, El Salvador y México están por sobre la media. La mayor diferencia se da en la función de apoyar el desarrollo nacional, con la que cuatro de cada cinco periodistas de estos países están de acuerdo mayoritariamente, consenso que baja a la mitad en Argentina, Brasil y Chile.

Más aceptación tienen las prácticas políticas que apoyan la construcción de ciudadanía, como dejar que la gente exprese sus puntos de vista, promover la tolerancia y la diversidad cultural y fomentar el cambio social. En estos puntos, México muestra cierto consenso, aunque ningún país baja de los tres cuartos de respuestas en el rango de «muy importante» y «extremadamente importante». Los periodistas de Colombia y México son los más entusiastas con un rol cívico más activo, mientras que en Argentina, Brasil y Chile son más cautos. Estos tres países muestran una divergencia mayor respecto a la media

Gráfico 1.8. Prácticas periodísticas encuadradas en el modelo de periodismo de control del poder (***watchdog***). Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general



al valorar las funciones de educar a la audiencia y motivarla a participar en actividades políticas.

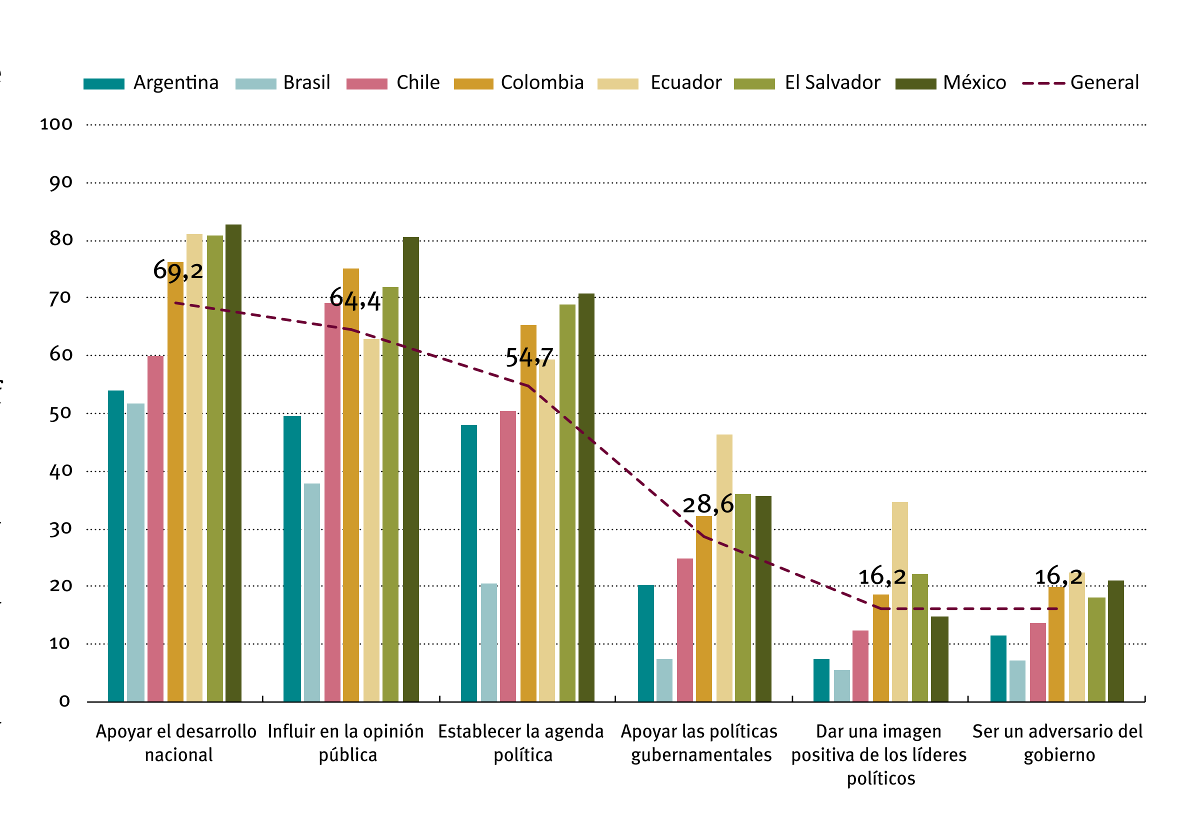
Las prácticas orientadas a atraer a las audiencias, como la de brindar servicios o contenidos atractivos, propias de una perspectiva que prioriza el negocio, tienen consenso medio. Argentina y Brasil, donde se encuentran los conglomerados mediáticos más grandes de la región (Grupo Clarín y O Globo, respectivamente), se ubican por debajo de la media.

Desafíos del estudio del periodismo en Latinoamérica

Los resultados que arroja el estudio de Worlds of Journalism trazan un perfil regional y permiten percibir, a la vez, diferencias entre países, especialmente en lo que respecta a los modelos de la profesión periodística. Como tendencias generales pueden señalarse el cambio de un oficio de formación práctica a una profesión joven con titulación universitaria, eminentemente teórica, con una creciente feminización. A estos cambios podría agregarse la tendencia optimista de la situación de los periodistas con relación a los medios, en tanto que la región latinoamericana registra un leve incremento de la circulación de diarios, según la World Association of Newspapers and News Publishers en su informe de 2014, contrariamente a la tendencia de Europa y Norteamérica.

Más allá de los supuestos teóricos que rodean a la profesión periodística, esta investigación muestra la realidad psicosocial y empírica de los periodistas latinoamericanos, ya que, aunque en las últimas tres décadas se ha observado un incremento constante de

Gráfico 1.9. Prácticas periodísticas de intervención en la política y la opinión pública. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general

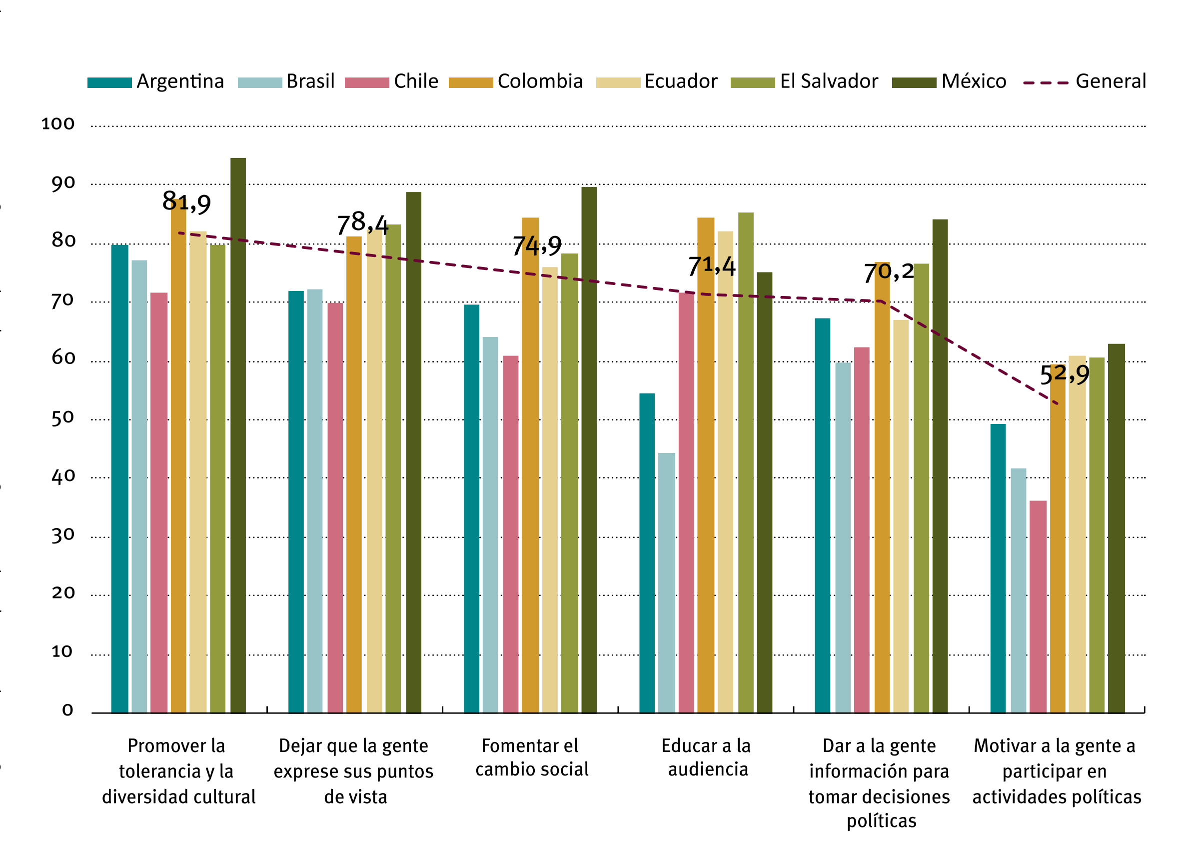


las investigaciones sobre periodismo y los periodistas en América Latina, aún hoy, la región latinoamericana se caracteriza por la limitada producción de investigaciones centradas en el análisis del periodismo y el perfil y la situación profesional del periodista. Aspectos como la alta precariedad, la peligrosidad laboral, la pérdida e inestabilidad profesional, y las situaciones que marcan la realidad que afrontan los periodistas de la región como la alta migración, los problemas ambientales, los flujos globales de finanzas, las demandas sociales insatisfechas, la alta concentración económica e intento de instauración de la sociedad del conocimiento, aún al día de hoy no han sido analizados en profundidad (Iglesias, 2004).

No debe olvidarse el divorcio, sin atisbos de reconciliación, entre los medios de comunicación y los periodistas (Rincón, 2010). Los medios de comunicación son distintos a los periodistas, motivo por el cual la situación de estos últimos queda determinada por el quehacer dentro de las redacciones. En América Latina los medios de comunicación responden mayoritariamente a un modelo comercial con características de concentración de medios, que avala las tendencias globales de los mercados (Oller y Barredo, 2013). Pero también con características propias, como el patrimonialismo mediático, producto de muchos años de connivencia del poder político con los grupos económicos que administran los medios nacionales y locales (Waisbord, 2010, 2013).

Las investigaciones sobre el periodismo y los periodistas llevadas a cabo a lo largo del siglo XX en América del Norte y Europa han marcado el camino a seguir por los estudios realizados en América Latina, una región con menos tradición investigativa. En la región latinoamericana, a pesar de importantes estudios en torno a la comunicación y el periodismo, no ha predominado la figura del periodista como objeto de estudio, salvo contadas excepciones (Mellado, 2009).

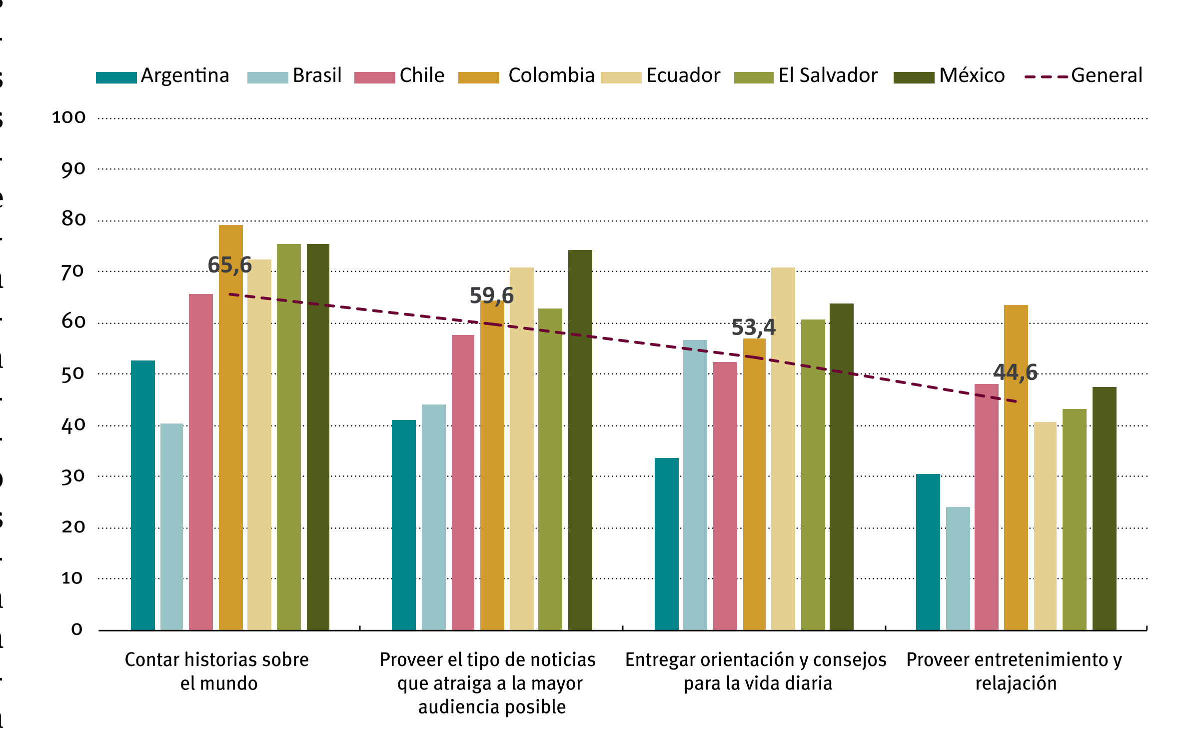
Gráfico 1.10. Prácticas periodísticas orientadas a la ciudadanía. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general



Este aspecto lleva a los investigadores de este estudio a plantear la construcción teórica de la cultura periodística de América Latina a partir de varios planos de análisis del rol profesional de los periodistas latinoamericanos. El estudio global de Worlds of Journalism aborda los roles profesionales de los periodistas en función de tres dimensiones: intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado (Hanitzsch, 2007). La dimensión del *intervencionismo* describe hasta qué punto el periodista interviene de forma activa en la información que elabora, a través de sus ideas y juicios de valor. En un extremo se encuentran los periodistas comprometidos con los hechos, con la imparcialidad y que mantienen la distancia respecto a sus fuentes. En el otro extremo se sitúan los periodistas intervencionistas o activos, considerados abogados o que toman partido a nivel emocional en su trabajo. La dimensión de *distancia del poder* parte del concepto de plena lealtad de los periodistas a los centros políticos, económicos y sociales de poder o la confrontación con estos. Si los periodistas se sitúan en el polo opuesto a los centros de poder, ejercen el rol de adversario; si por el contrario se sitúan al lado de los centros de poder, pasan a ejercer el rol leal. En tercer lugar, la dimensión de *orientación de mercado* aparece reflejada en el trabajo de los periodistas cuando estos subordinan sus metas profesionales a las lógicas del mercado frente a las del interés público.

Las variables pueden ordenarse para determinar modelos de desempeño de los roles profesionales de los periodistas, basados en la relación que el periodismo mantiene con el poder, los niveles de implicación de los periodistas en una noticia y la forma de concepción de las audiencias (Mellado, 2014). Cada uno de estos modelos se caracteriza por diferentes prácticas profesionales derivadas de: la implicación del periodista, como plantea la dimensión de intervencionismo; su vínculo con el poder, que determina los modelos de perro guardián y leal-facilitador; y sobre la relación con la audiencia. La autora propone las dimensiones de *servicio, infoentretenimiento* y cívica.

Gráfico 1.11 Periodismo orientado a las audiencias y al negocio. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general



Estas propuestas se plantean bajo la perspectiva de *continuum* (Donsbach y Patterson, 2004) en el que ambos extremos son el ideal de una postura u otra, pero resultan inalcanzables, y los periodistas quedan emplazados en un punto intermedio entre ambos polos. Los periodistas en América Latina son afines a la dimensión intervencionista, que los sitúa como profesionales imparciales encargados de divulgar la información de forma neutral, dejando a un lado sus ideas o juicios de valor personales. Coincidentemente con ello, consideran conveniente mantener una postura distante respecto a los focos de poder, que les lleva a no tomar partido. Las prácticas que los orientan se enfocarían en la ciudadanía, priorizando el derecho de esta al acceso y participación en la información y en las cuestiones públicas.

Las tendencias halladas deben ponerse en contraste con las prácticas de cada país, dado que no necesariamente coinciden con el desempeño en los medios (Mellado y Van Dalen, 2014) o el reconocimiento de esos roles por la audiencia (Boczkowski y Mitchelstein, 2013). Lejos se está de poder encuadrar a la región en un modelo en particular (Hallin y Mancini, 2004), porque no solo no es posible encontrar características pensadas para otros contextos, sino que existen diferencias en la percepción que los periodistas tienen acerca de sus roles profesionales:

* En Chile y sobre todo en Brasil, los encuestados son reacios a ejercer los roles profesionales asociados al carácter más activo e intervencionista del periodista.

* Los periodistas en Argentina evidencian un claro rechazo a la orientación al mercado.

* Los tres países del Cono Sur (Argentina, Brasil y Chile) comparten ciertas tendencias al ejercicio del rol profesional de diseminador, relacionado con los aspectos de neutralidad y no intervencionismo.

* Los periodistas en México y Colombia exhiben unos mayores índices de compromiso respecto al interés público y a la ciudadanía.

* En Ecuador se encuentran los periodistas más inclinados a difundir la posición del gobierno.

* Los periodistas en El Salvador destacan el carácter didáctico de la información ofrecida a su público y su rol de perro guardián.

La naturaleza heterogénea de América Latina requiere de una interpretación del periodismo en esta región a partir de las diferencias que definen a cada uno de los países que la componen. Las conclusiones preliminares que aportan estos datos muestran la influencia de los modelos que se enseñan en los centros de formación, de los que provienen la mayoría de los periodistas entrevistados para la investigación. No obstante, cada país exhibe particularidades que merecen explicarse cruzando otras variables a las de la opinión de los periodistas.

Anexo: Aspectos metodológicos

Se publican aquí los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas del estudio Worlds of Journalism Study (WJS) en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México durante los años 2013 y 2015 a periodistas en activo de cada uno de estos países bajo la metodología propuesta por este proyecto. La recolección de datos en el trabajo de campo se realizó cara a cara, por teléfono, por *email* y *online* a una muestra representativa, según método elegido en cada uno de los países, de 2789 periodistas procedentes de 438 medios de comunicación. Se utilizó un cuestionario común, con una traducción al español del inglés original consolidada entre todos los países de habla hispana miembros del equipo.

Tabla 1.1. Casos entrevistados en cada uno de los países del estudio

PAÍS	N
Argentina	363
Brasil	376
Chile	491
Colombia	560
Ecuador	372
El Salvador	250
México	377

Las encuestas fueron aplicadas por miembros de los equipos de investigación en cada uno de estos países. Estos equipos estuvieron coordinados por Adriana Amado, de la Universidad Nacional de La Matanza en Argentina; Jesús Arroyave, de la Universidad del Norte en Colombia; José Luis Benítez, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, en El Salvador; Palmira Chavero Ramírez, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, en Ecuador; Sallie Hughes, de la Universidad de Miami en Estados Unidos; Mireya Márquez, de la Universidad Iberoamericana en México; Claudia Mellado, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en Chile; Martín Oller Alonso, de la Universidad de las Américas en Ecuador; y Sonia Virginia Moreira, de la Universidad Estatal de Río de Janeiro en Brasil.

La técnica de muestreo se basó en el muestreo aleatorio simple e intencional o de conveniencia, según decisión metodológica de cada país. El muestreo aleatorio simple se estableció a partir de los informes oficiales que establecían la cifra de los profesionales relacionados con el periodismo en los distintos países latinoamericanos analizados. En los casos en que esta información no existe, como en Argentina, se partió de listados de medios y datos demográficos para realizar la estratificación. A partir de la información recogida se seleccionaron los medios, representando la unidad muestral agregada, a partir de un muestreo polietápico que incluyó una selección intencional por cuotas basada en criterios de acotación de propiedad (público, estatal, privado y

mixto),[3] tipo (diarios, semanarios y revistas; agencia de noticias; radio, televisión y medios *online*, nativos o adheridos a un medio principal), rango de cobertura del medio (local, regional, nacional e internacional) y regiones de cada país.

Respecto a la selección de los periodistas, se realizó un muestreo en cadena de bola de nieve que permitió subsanar las dificultades para la selección y localización. Como resultado de esta acción se obtuvo, a partir de un universo estimado, una muestra (N = 2789) para un 95 % de confianza y un margen de error del 5,00.

La evaluación de la muestra de 2789 periodistas se basó, en primer lugar, en el análisis de sus perfiles psicográficos:

* Las variables analizadas respecto al perfil fueron: años de experiencia en el periodismo; género; edad; ideología política; grupo étnico; importancia dada a la religión; credo religioso; nivel/capacidad de asociacionismo dentro del campo del periodismo; salario mensual; nivel y especialidad de estudios; relación entre formación y trabajo actual; idea sobre la formación en periodismo y la razón para ser periodista.

* Las variables analizadas relativas a la situación profesional de los periodistas fueron: cargo y el número de medios en/para el/los que trabaja; categoría de empleo actual; tipo de contrato, número de plataformas/productos informativos; actividades remuneradas además del periodismo; número y tipo de frentes/temas/áreas/sectores informativos; notas/piezas informativas en las que trabaja por semana y tipo, propiedad y alcance del medio en el que trabaja.

En segundo lugar, se estudiaron los roles profesionales de los periodistas en función de tres dimensiones: intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado (Hanitzsch, 2007), con el fin de establecer ciertos rasgos comunes y propios entre los periodistas de los países latinoamericanos que permitan definir una forma de actuar común en la región.

3 A los efectos de procesar los datos, se incluyeron los pocos casos de medios mixtos en el sector que dominaba; por ejemplo, en caso de mixto con preponderancia de propiedad estatal, se incluyó en propiedad estatal.

Argentina
Periodismos argentinos: identidades e interrogantes

Adriana Amado

Del periodismo hablan los académicos, los políticos, los publicistas, los propios periodistas, los ciudadanos, incluso la gran mayoría de argentinos que no prestan atención a las noticias. Este debate público se hizo particularmente intenso en la primera década del siglo XXI, en que la polarización política hizo suponer una hostilidad manifiesta de los actores involucrados en la disputa política. Estas actitudes no necesitaron basarse en hechos concretos para considerarse reales, por lo que en la mayoría de los casos bastó la retórica para condicionar las reacciones de gobierno, medios y periodistas para configurar un clima de tensión, que se confirmó a sí mismo, como esas profecías de autocumplimiento. El partido que llegó al poder en 2003 y que al momento de realizar la encuesta llevaba un tercer período de gobierno, mantenía una relación hostil con la prensa. Siguiendo con la moda de muchos líderes latinoamericanos de hostigar a medios y periodistas, se volvió común que funcionarios argentinos criticaran abiertamente la tarea de los medios y periodistas que no consideraban afines. Pero lo más crítico fue que, a la par de que se cerraron los espacios públicos para el libre trabajo de los periodistas, se clausuró el acceso a la información pública y se suspendieron las conferencias de prensa, hubo una gran centralización del manejo de la información, que se asignó de manera discrecional a los medios afines, como se hizo con la adjudicación de licencias y de pauta publicitaria (Waisbord y Amado, 2014; Waisbord, 2013).

Frente a esa situación de tensión, muchos medios y sus entidades representativas tomaron ese rol de oposición en que los colocaba el gobierno, pero no

hubo de parte de los periodistas una defensa corporativa que compensara colectivamente la debilidad que tiene cualquier individuo frente a la arbitrariedad del que tiene de su lado todo el poder. No obstante, ni siquiera las entidades empresarias lograron impedir boicots publicitarios que involucraban también a los anunciantes privados, ni fallos de la Corte Suprema de la Nación impidieron que la Presidencia excluyera de la asignación de publicidad y de información a ciertos medios castigados.

En ese contexto, la sociedad fue testigo de una discusión entre gobierno y medios de comunicación (Mochkofsky, 2011; Ruiz, 2014; Sivak, 2013; Waisbord, 2013), que se trasladó a los periodistas como si estos fueran el mismo actor social que los empresarios mediáticos. Hasta la discusión académica redujo, en algunos casos, el papel del periodista al de un amanuense del poder, que ejercería un *periodismo militante* o un *periodismo hegemónico*, según sirviera a la política en el poder o a los intereses corporativos. No obstante, más allá de las críticas recíprocas que circulaban en los mismos medios, hay pocos datos disponibles para conocer las reales condiciones en que se desempeñó el periodismo. Los indicadores globales, como el que elabora Reporteros sin Fronteras (gráfico 1.6), ubican al país en el primer tercio del listado de países, lejos de Ecuador y Venezuela, que también tuvieron escenarios de polarización, aunque con el agravante de agresiones directas hacia los periodistas. Aunque la asociación de periodistas local (FOPEA) informó crecientes ataques a los profesionales en esos años, especialmente en localidades del interior del país, lo cierto es que del periodismo se habló mucho pero se conoció muy poco durante estos años.

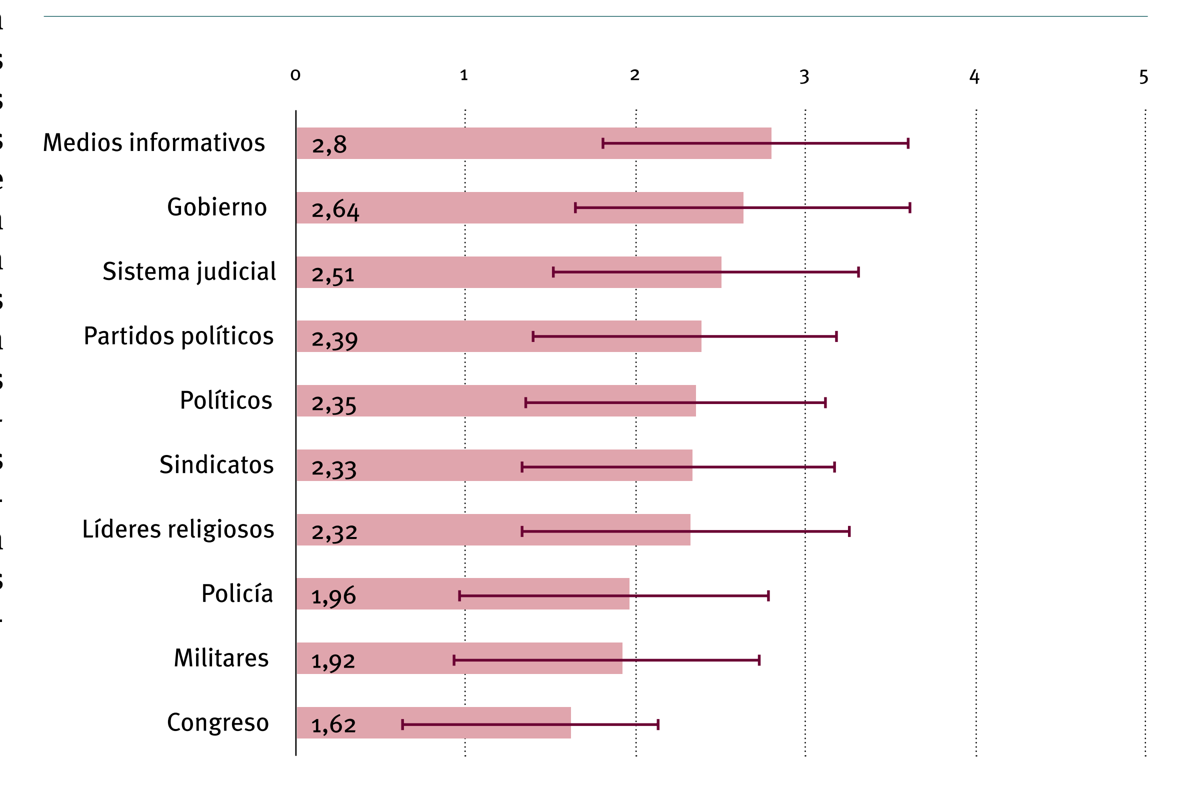
En los últimos años, el periodismo argentino fue abordado para describir las tendencias de reporteo (Arrueta y Brunet, 2012; Boczkowski y Mitchelstein, 2013; Dessein y Roitberg, 2014; Luchessi y Videla, 2016; Luchessi, 2013; Rost y Bergero, 2012). Pero antes de eso, hay pocos datos disponibles que describan de manera integral a la profesión desde sus condiciones profesionales, formativas, demográficas y laborales (Amado y Waisbord, 2015; Amado, 2016; Waisbord y Amado, 2014). De hecho, no existe a la fecha un censo oficial de trabajadores de la información, ni tan siquiera un registro de medios, más allá de algunos datos que brinda el mercado. La reforma al sistema de medios audiovisuales de 2009, que exigía la elaboración de un padrón de medios del sector, ni siquiera fue cumplida por sus impulsores en este punto, que hubiera permitido conocer un poco más de la situación nacional de los medios e indirectamente conocer algo de la inserción laboral de los periodistas, que sigue siendo bastante incierta.

Los datos reunidos en el marco de dos estudios globales como Worlds of Journalism (WJS) y Journalistic Role Performance (JRP) permiten analizar la situación del periodismo argentino en este siglo desde otras perspectivas.[4] La comparación con los resultados de otros países permite poner en contexto la situación argentina para sacarla del enfoque de la excepcionalidad con la que frecuentemente se

4 Estas investigaciones se hicieron en el marco del Programa Nacional de Incentivos de la UNLAM (PROINCE A160 y PROINCE A180), bajo la dirección de Adriana Amado, con la colaboración principal de Maximiliano Bongiovanni, Christian Gauna, Pilar Macaluse y Nicolás Rotelli.

trata. La necesidad de diseñar una encuesta representativa nos enfrentó a la falta de datos sectoriales, punto que ni siquiera se había puesto antes en debate. El periodismo argentino comparte modelos y factores de influencia con sus colegas de otros países del continente, a la vez que sus problemas lo acercan a otros colectivos con los que nunca se había comparado. Pero más novedoso es contar con elementos para ponderar el impacto que tuvieron esas condiciones políticas y las decisiones políticas y económicas que afectaron a los medios. Según los datos preliminares que surgen de estos estudios sería más adecuado hablar de *periodismos argentinos*, en plural, dado que las tendencias generales se apoyan en una diversidad de miradas y modelos que hacen que no pueda pensarse la profesión como una corporación cerrada, con normas claras y perfiles definidos, como a veces la polémica corriente parece dar por hecho.

Gráfico 2.1. Confianza de los periodistas argentinos en las instituciones (escala de valoración de 1 a 5, con barras de desviación estándar)



Periodismo, una profesión escéptica

Una consecuencia aún no adecuadamente analizada de años de tensiones y disputas entre periodistas y políticos es que su relación está marcada por la desconfianza. Los niveles de confianza de los periodistas argentinos hacia las instituciones con las que mantienen relaciones informativas están por debajo de la mitad de la valoración máxima, para todas las instituciones, con excepción de medios informativos y gobierno, que se ubican levemente por encima de esa nota. Estos indicadores deben leerse en un contexto de desconfianza generalizada de los periodistas, ya que el 78,9 % de los entrevistados respondieron que era preferible ser cauteloso con la gente, mientras solo uno de cada cinco manifestó que era posible confiar, aun cuando la mitad manifestaron creer que el otro no se abusaría.

La confianza de los periodistas se asemeja a la de la población en general, que también ubica en los primeros lugares a los medios y el gobierno, solo superados en confianza por la Iglesia y las organi-

zaciones de la sociedad civil.[5] Sin embargo, la suspicacia generalizada es crítica en una profesión que tiene como misión informar acerca de lo que hacen aquellos actores sociales en los que no confía. De hecho, los periodistas entrevistados coinciden en que disminuyó la credibilidad del periodismo desde 2010 (60,1 %, mientras que solo el 18,8 % creen que se fortaleció), aunque son más esperanzados en cuanto a la relevancia del periodismo para la sociedad (46,9 % dicen que se ha fortalecido, frente a un 27,6 % que piensan que se debilitó). Para la sociedad en general, los niveles de confianza en los medios de comunicación aumentaron entre 2010 y 2015, lo que podría también estar mostrando que el periodismo quedó más pendiente para su valoración del debate con la política que de la apreciación que la sociedad hace del espacio donde se desempeña.

Los contextos en que se ejerce el periodismo en la Argentina comparten características con América Latina y muchos países del sur de Europa: baja circulación de diarios, tradición de periodismo de intervención, instrumentalización de los medios privados, politización de los medios estatales y poca autonomía del periodismo (Hallin y Mancini, 2004; Hallin y Papathanassopoulos, 2002). Los niveles de confianza de la encuesta argentina se asemejan, si no están por debajo, a los de los otros países latinoamericanos y de países europeos como Albania, Kosovo, Letonia y República Checa. Pero también los acercan a países de Asia y de África que, aunque nos parecen distantes geográficamente, comparten con la Argentina el hecho de que atravesaron en las últimas décadas del siglo pasado procesos de regímenes autoritarios o totalitarios. Este punto plantea factores de influencia estructurales que van más allá de la eventual presión que pueda ejercer un gobierno en particular para poner la atención en la cultura política en general.

Quiénes son periodistas en Argentina

La encuesta del WJS se aplicó en la Argentina durante los años 2013 y 2014, aunque los relevamientos preliminares comenzaron en 2012. Durante ese año se revisaron los estudios previos y se constató la falta de un registro oficial de profesionales en ejercicio, lo que obligó a determinar la muestra de manera periférica, a partir de los datos demográficos generales y de datos privados de medios de todo el país (Amado y Pizzolo, 2014). Para conformar adecuadamente la muestra de 363 periodistas segmentados por regiones y tipo de medios, el estudio requirió contactar más de 1200 profesionales en todo el país. Los datos así obtenidos señalan que el periodista argentino tipo es hombre, de cerca de 40 años (edad promedio de 38,75 años), con formación universitaria. La mitad de los entrevistados se ubicaban por debajo de los 37 años y un 36,9 % eran mujeres, proporción levemente por debajo de la media latinoamericana.

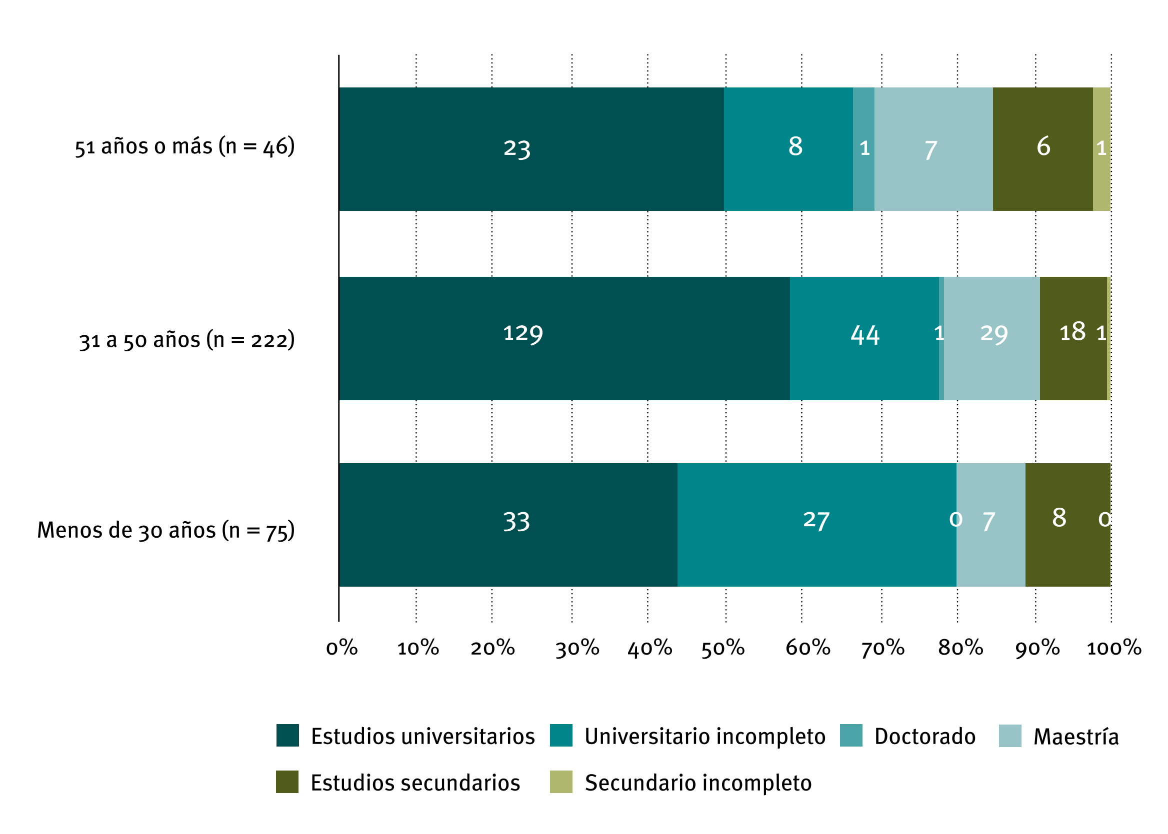
Lamentablemente esta aproximación al perfil demográfico no tiene datos censales con los que pueda

5 J. C. Hermida (2016). «Cultura democrática, confianza institucional y vida ciudadana», en *Barómetro de la deuda social argentina*. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina, pp. 213-260. Disponible en: ‹www.uca.edu.ar/uca/common/grupo68/files/2016-Observatorio-Barometro-Deuda-Social-Cap5.pdf›.

contrastarse. La baja asociatividad de los periodistas argentinos hace inviable obtener información representativa de sindicatos o asociaciones. Solo el 36,3 % de la muestra manifiestan pertenecer a alguna asociación profesional, ninguna de las cuales ofrece datos públicos del sector. Tampoco existe una categorización profesional en los datos censales que permita ponderar la cantidad de periodistas en ejercicio en todo el país. La pregunta de por qué hubo tan poco interés en la profesión se responde con el dato de que el sector no tuvo paritarias entre 1975 y 2012, con lo que la negociación salarial dependió de cada medio, si no de cada periodista, lo que habla de la débil presencia del periodismo como fuerza laboral (Amado y Waisbord, 2015).

La mayoría de los periodistas entrevistados contaban con estudios universitarios (67,7 %), casi todos en comunicación o periodismo. Uno de cada diez cuenta con una maestría (12,4 %). En el país existen 125 carreras relacionadas con la comunicación y el periodismo, de las cuales unas veinte dan titulación en periodismo y menos de la mitad la dan en radio y televisión (Waisbord y Amado, 2014, p. 221). Más de la mitad coinciden en señalar que en los últimos cinco años se fortaleció la educación de los periodistas (53,7 %), lo que se expresa en la percepción de que aumentó la importancia de tener un grado universitario (56,8 %), especialmente en periodismo o campos relacionados (51,2 %). La formación es mayoritaria en todas las edades, aunque se retrae hacia los menores de treinta años, lo que se explica por la demora en la graduación de los estudiantes en general, y en las carreras de comunicación, en particular.

Gráfico 2.2. Formación de los periodistas por franja de edad. Porcentaje del total (N = 343)



Cómo trabajan los periodistas argentinos

Las pautas del estudio global establecían como parámetro de selección los periodistas con desempeño en medios de comunicación con espacios informativos. Eso excluyó de la muestra a una gran cantidad de contactos de profesionales que tenían trabajos esporádicos, o lo hacían en espacios que no encua-

draban en las categorías de la muestra, como blogs o agencias informativas de instituciones. Aunque la mayoría se autoidentificaban como periodistas, en muchos casos la categoría de comunicador se superponía. De hecho, aun trabajando prioritariamente para medios, casi la mitad tenían otros trabajos por fuera del periodismo (41,3 %), por ejemplo, en docencia, producción de contenidos o comunicación en sentido amplio. Este punto es central a la hora de ver las fronteras borrosas entre los campos profesionales, especialmente en el contexto de precariedad laboral. Puede quedar claro el rol de publicista en un área de comunicación de empresa, aunque no tanto si lo hace en la fundación de esa organización, sobre todo si cuenta con un medio que pudiera encuadrarse dentro de lo comunitario. Es más difícil delimitar funciones en espacios intermedios como el de las universidades, algunas de las cuales tienen medios propios (casos que fueron incluidos en la categoría de medios públicos) pero otras difunden su información desde lo que llaman agencia de noticias pero que en su funcionamiento son departamentos de prensa y difusión. En otros casos, periodistas de provincias que difundían sus noticias en redes o blogs de manera *amateur* no pudieron entrar en la muestra, aunque en el diálogo con ellos quedaba claro que en su localidad esa práctica periodística podía llegar a ser más independiente que la del principal diario comercial de la localidad, cuando este tenía una dependencia financiera del gobierno local que condicionaba la cobertura (Arrueta, 2010).

Así configurado el grupo en estudio, los resultados mostraron que un poco más de la mitad de los periodistas de la muestra trabajaban a tiempo completo (58,3 %), mientras que un tercio lo hacían en forma parcial (31,2 %) y un 10,5 % eran autónomos. No obstante, la mayoría informaron tener contratación estable frente a 20,1 % que se enmarcaban en contratos temporarios. La mitad de los entrevistados tenían más de 12 años de experiencia, levemente por debajo del promedio de antigüedad de 13,83 años. También la mitad trabajaban en una sola redacción (56,8 % de los periodistas de la muestra), con una media de casi dos redacciones (1,71, en promedio). Un tercio trabajaban para dos redacciones, uno de cada diez lo hacía para tres, y uno de cada cinco, para más de cuatro. Aumenta un poco la cantidad de plataformas para las que colabora, ya que la mitad lo hace como mínimo para dos, con un promedio de 2,29 soportes distintos.

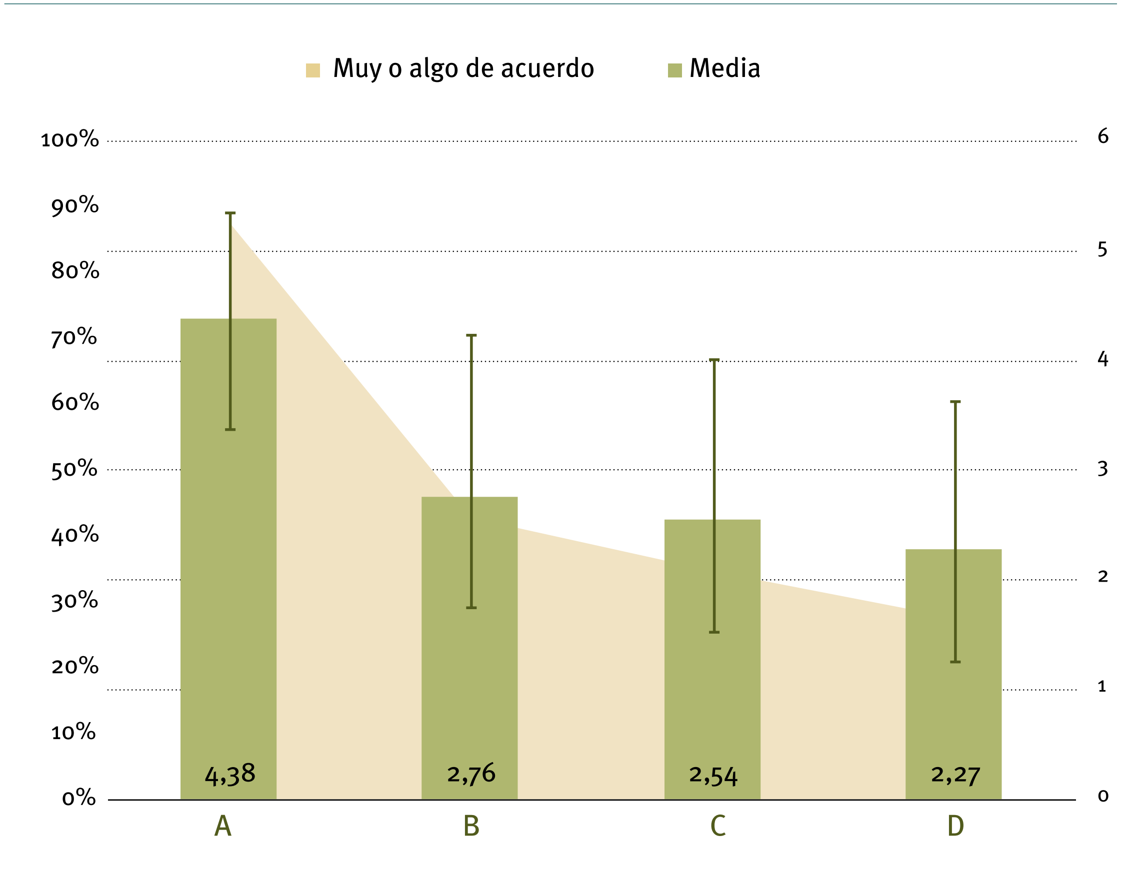
Un 60 % de los cargos entrevistados pertenecen a las categorías subordinadas (productores, redactores, reporteros, pasantes) y el resto a categorías superiores y editores. La mayoría de los entrevistados se especializan en un rubro como política o deportes, aunque un 38,5 % se desempeñan en varios tópicos al mismo tiempo. La muestra intentó representar la proporción demográfica por regiones y la distribución de medios a lo largo del país: un cuarto corresponde a diarios (24 %) y el otro cuarto a radio pública o privada (24,8 %). Aunque es el medio más popular, el poco espacio que dedica la televisión al periodismo se refleja en que solo uno de cada diez trabajan como periodistas en televisión privada, pública o estatal (12,9 %), proporción similar a quienes lo hacen en agencias de noticias (13,8 %), en impresos periódicos (5 % a

semanarios, 4,1 % a revistas) y en medios digitales, sean subsidiarios de otro medio (1,9 %) o autónomos (10,7 %). En cuando a la propiedad, la muestra incluyó medios nacionales (39,2 %), regionales (25,8 %), locales (30, 8 %) y transnacionales (4,2 %).

La ética profesional y las prácticas periodísticas

En un contexto de trabajo donde lo crítico es lidiar con las dificultades de la producción de noticias, puede entenderse la importancia que se le da a la ética periodística, considerada extremadamente o muy importante por el 83,4 % de los entrevistados. De hecho, nueve de cada diez sostuvieron que los periodistas deberían adherir a códigos de ética, con independencia de la situación. Por otra parte, la mitad reconocieron que la ética era una cuestión coyuntural, que dependía de la circunstancia. Esta ambivalencia se explica en que no existe en la Argentina un marco de códigos éticos o de manuales de estilo, cuya presencia es más una excepción que la regla. Más allá del código del Foro de Periodismo Argentino, asociación con unos quinientos asociados, y algunos manuales de estilo de unos pocos medios, sin impacto práctico, no existen iniciativas de autorregulación, ni siquiera en las asociaciones empresariales más consolidadas. Tampoco se dio cumplimiento a la ley 26522 que establecía la obligatoriedad de los empresarios de publicar la pauta que reciben de los organismos estatales, como recurso para hacer público un potencial conflicto de intereses en los anunciantes (Waisbord y Amado, 2014, p.247).

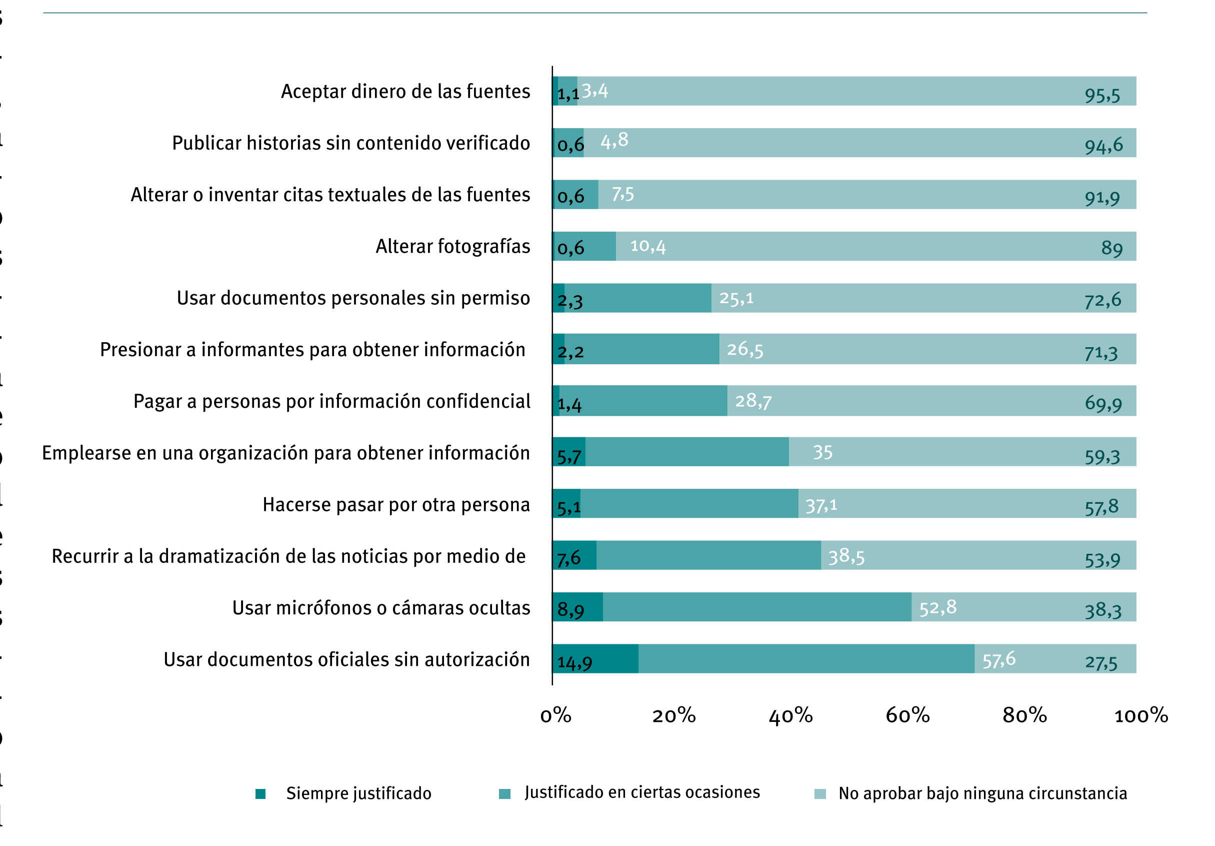
Gráfico 2.3. Orientaciones éticas de los periodistas argentinos (porcentaje de respuestas de acuerdo con las afirmaciones y media con barras desviación estándar)



Aunque la mayoría acepta que la ética se remite a principios específicos, la falta de un marco consensuado en el contexto argentino explica la variedad de respuestas cuando se indagaron ciertas prácticas controvertidas de reporteo. La aceptación de prácticas como usar documentos oficiales sin autorización, emplear cámaras ocultas o hacerse pasar por otra persona da cuenta de un contexto donde las dificultades para acceder a la información son grandes. No menor es el hecho de que las autoridades nacionales dejaron de tener un vínculo abierto con los periodistas desde la crisis institucional y económica que atravesó el país a inicio del siglo, y que llevó al poder a un presidente provisional en 2002. Cuando al año se regularizó el ciclo democrático, se mantuvo el marco legal de emergencia económica y la discrecionalidad del manejo de la información, que llegó al extremo de la manipulación de las estadísticas oficiales. En estos contextos, los funcionarios eliminaron los espacios de conferencias de prensa abiertas, a la vez que restringieron el contacto con ciertos medios y periodistas. Para muchos periodistas, recurrir al ocultamiento de su persona o difundir filtraciones se convirtió en la forma posible de cubrir información (Amado, 2015). El hecho de que la difusión sin autorización de la información oficial duplique en respuestas la pregunta por la publicación de los documentos personales, habla de circunstancias en que solo de esta manera es posible dar a conocer información oficial.

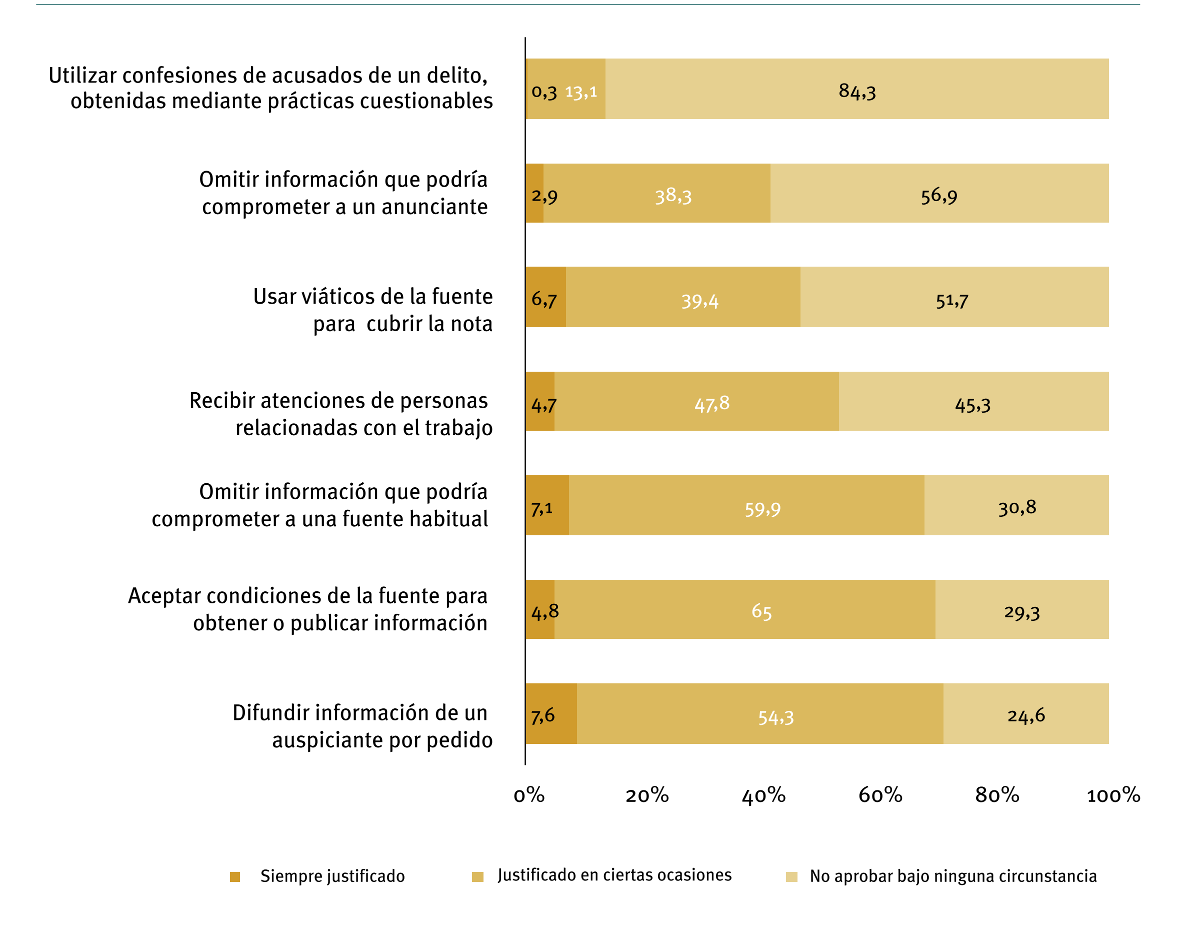
La expresión de aceptación de estas prácticas debe leerse como el modelo a seguir y no necesariamente como lo que el periodista puede hacer. De hecho, está dividida la opinión de que en los últimos cinco

Gráfico 2.4. Pregunta: «Dada una historia importante, ¿cuál de las siguientes prácticas, si las hay, cree que podrían estar justificadas en alguna ocasión?, ¿y cuál aprobaría en ciertas circunstancias?» (en porcentajes)



años los estándares éticos se debilitaron (43 %), frente a los que creen que se reforzaron (30,6 %). A esta observación pueden agregarse las respuestas a una serie preguntas agregadas localmente al cuestionario global, que buscaban indagar sobre los vínculos con las fuentes. La cuestión más obvia que aparece es que el aparente consenso que tiene el rechazo a aceptar dinero de las fuentes se relativiza cuando se

Gráfico 2.5. Preguntas adicionales al cuestionario WJS sobre prácticas de reporteo que podrían justificarse en ciertas ocasiones (en porcentajes del total, excluidas las respuestas NS/NC)

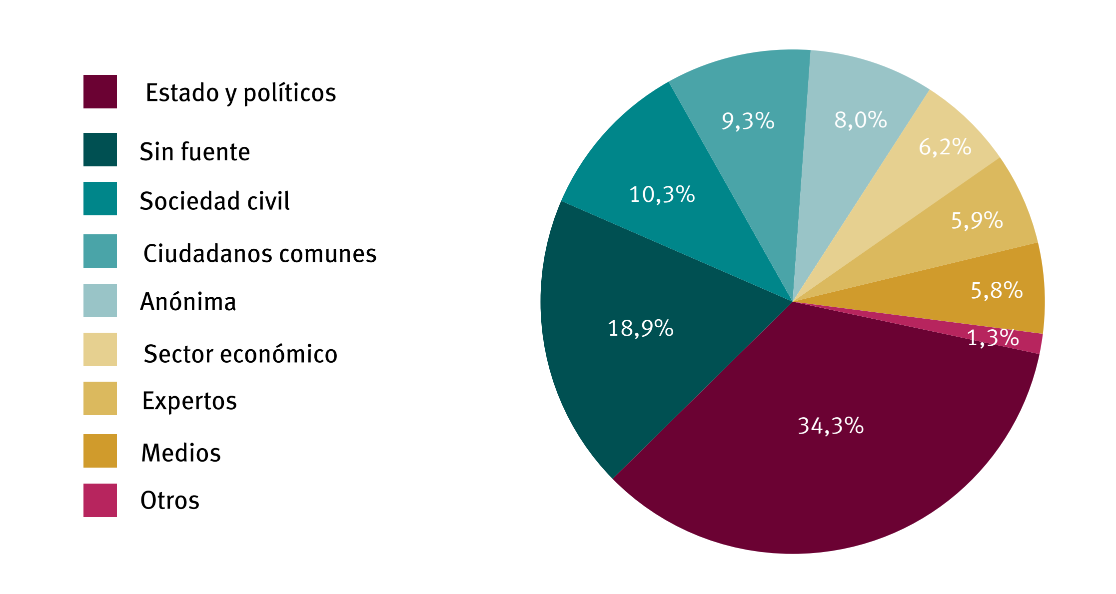


aprecia la flexibilidad que tienen prácticas como recibir subsidios para cubrir la nota o aceptar atenciones de la fuente. Otro indicador de las dificultades de acceder a información lo da la aceptación mayoritaria a consentir condiciones de publicación de parte de las fuentes o los anunciantes.

Estas preguntas intentaron indagar el grado de aceptación que tienen ciertas prácticas en el trato con las fuentes mayormente desestimadas en los manuales de ética, tales como la de recibir subsidios o regalos de la fuente para realizar la nota. Este contraste permite poner en contexto aquella afirmación unánime a la adhesión de pautas éticas al acotar a qué parámetros se remite el periodista argentino cuando habla de ética. La investigación sobre las noticias de cuatro diarios dentro del marco del estudio Journalistic Role Performance (JRP) ofrece algunos indicadores que permiten contrastar los modelos que inspiran al periodista con las prácticas concretas.[6] Los resultados del análisis de noticias de los años 2012 y 2013 señalan que una de cada tres fuentes de las noticias de información general corresponden al Estado, funcionarios y política, que son además la fuente principal de la información (34,3 %), triplicando en presencia en las noticias de información general a los ciudadanos comunes o la sociedad civil organizada. Esta alta proporción, que aumenta en más de diez puntos porcentuales en el caso de los diarios afines a la posición del gobierno, es alta también en los críticos. Estos datos podrían servir para mostrar el impacto de la centralización de la información del Estado traducido en su protagonismo en las noticias y en el encuadre principal de la agenda temática, concentrada

6 Estudio comparativo sobre modelos de desempeño periodístico a partir de análisis de contenido de una muestra de 3400 noticias del período comprendido entre el 2 de enero de 2012 al 31 de diciembre de 2013, tomada mediante el método de semana construida. Se consideró como unidad de análisis todas las noticias publicadas el día seleccionado en las secciones de actualidad de los diarios *La Nación, Clarín, Diario Popular* y *Página 12*. Sitio web en ‹www.journalisticperformance.org/p/the-project.html› [consulta: 10.8.2016].

Gráfico 2.6. Fuente principal de las noticias de diarios argentinos (n = 3400 noticias, 2012-2013)



en la política (9,5 %) y la gestión gubernamental (23,5 %), muy por encima de los temas ciudadanos como salud (3,1 %), educación (1,7 %) o problemas sociales (1,3 %). Este dominio es confirmado por otra investigación similar con noticias científicas, donde el protagonismo del Estado en las noticias de los diarios es equivalente al de las universidades.[7] La alta proporción de noticias sin fuente (18,2 %) o con fuente anónima (8 %) da cuenta de las dificultades de acceso a la información, que se pone también de manifiesto en la alta aceptación de las condiciones de la fuente para publicar o no una información.

7 Investigación «La comunicación pública de la ciencia en los diarios de la Argentina» PROINCE-UNLAM, 55A195, sobre una muestra de 539 noticias de 23 diarios de todo el país, correspondiente al periodo del 2 de enero al 31 de diciembre de 2015.

Para terminar de comprender esa inestabilidad estructural del periodismo argentino deben agregarse los factores que más cambios tuvieron a partir de 2010, preguntas que se hicieron a los que tenían más de cinco años de antigüedad en la profesión. Casi unánime fue la mención del aumento del uso de buscadores (96,7 % de respuestas) y el requerimiento de habilidades técnicas (79,1 %). También se fortaleció el uso de redes sociales (93,6 %) y el uso de contenidos de terceros (85,2 %). El impacto de la tecnología también se aprecia en el aumento del intercambio con la audiencia (78,9 %), sus comentarios (78,8 %) y su participación directa en la producción de noticias (77,8 %). A eso se suma el aumento de horas de trabajo (72,5 %) y el recorte en el tiempo disponible para investigar (66,2 % coincidieron en que disminuyó). Con relación a las influencias del negocio, uno de cada diez señala que disminuyeron, mientras que la mitad señalan un aumento de las presiones hacia el sensacionalismo (60,2 %), la competencia entre medios (60,1 %), la influencia de las relaciones públicas (53,7 %), las presiones por los resultados económicos (52,0 %) y los condicionamientos publicitarios (49,3 %).

Qué quieren ser los periodistas argentinos

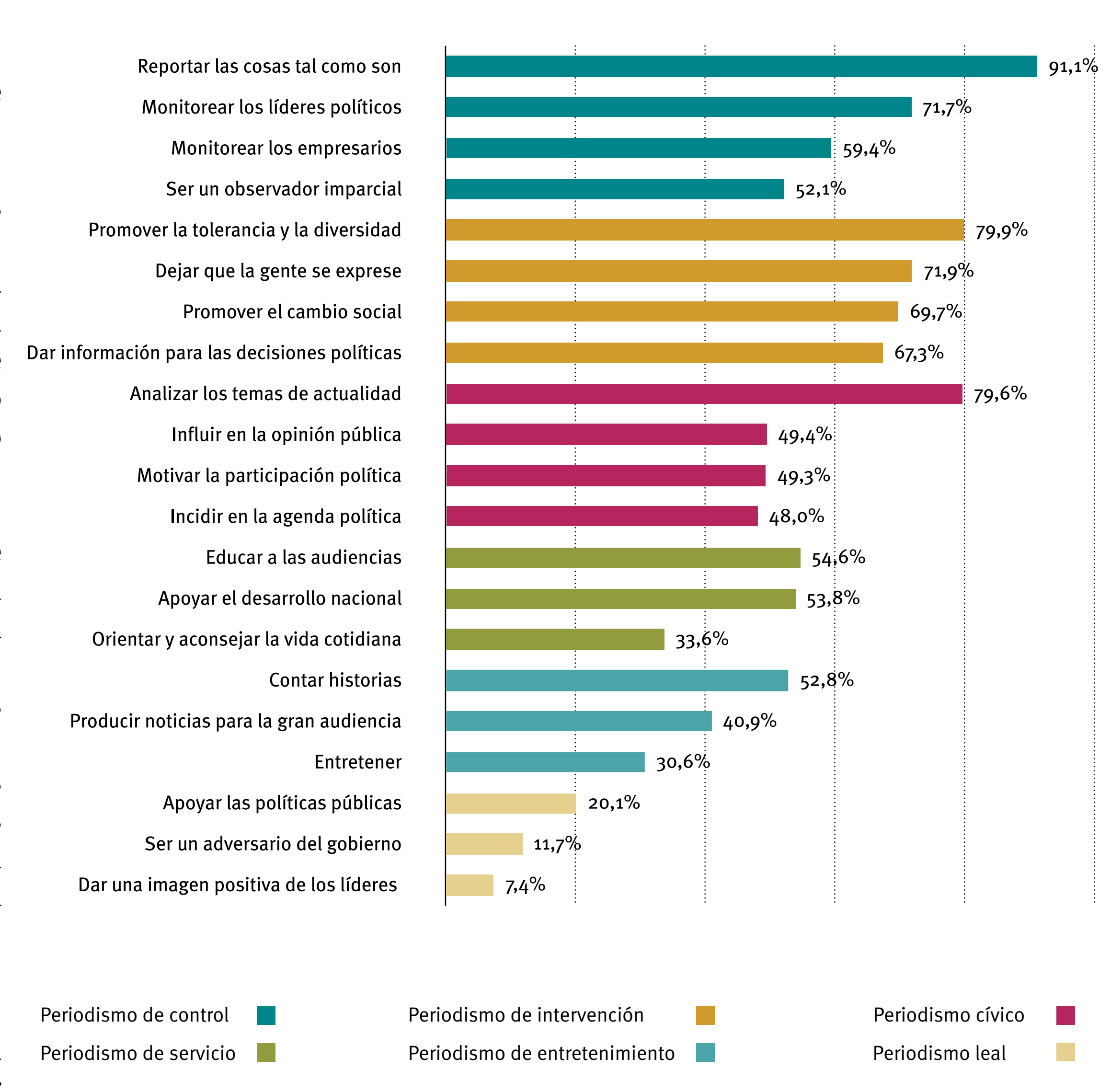
No existe un único modelo para ejercer el periodismo: las diversas prácticas configuran un estilo y un perfil profesional que puede orientarse al poder, sea para investigarlo (periodismo de control) o para apoyarlo (periodismo leal); o hacia las audiencias, consideradas como ciudadanas (periodismo cívico)

o como consumidoras en general (periodismo de servicio) o consumidoras del medio en cuestión (periodismo de entretenimiento) (Mellado, 2014).

Aunque todas las prácticas hacen al periodismo, la importancia que se le da a algunas en el reporteo hace al predominio de un modelo por sobre otros. Esta investigación permitió indagar la concepción de la profesión que tienen quienes la ejercen, y las respuestas deben verse como aspiracionales más que como una descripción de la situación. Así, el monitoreo de los actores del poder y una actitud atenta a sus actividades son características del modelo de control, que pone su foco en el reporte de los hechos, más que en las opiniones. Este punto tuvo una valoración unánime de su importancia, lo que plantea el valor que tiene la objetividad periodística como procedimiento para los periodistas argentinos. Lejos de la perspectiva de la objetividad de la ciencia con la que a veces la confunde la discusión corriente (McQuail, 1998; Tuchman, 1978), queda claro que los periodistas no la confunden con la imparcialidad de la mirada ni con la politización de las noticias, aspectos con menos respuestas.

Las respuestas confirman que los periodistas distinguen el objetivo de reportar con precisión los hechos (con una media de 4,48 y una desviación estándar de 0,75), de hacerlo con imparcialidad (media de 3,42 y desviación estándar de 1,16, o sea, con menor consenso en las respuestas). Esto muestra un acuerdo con las prácticas que hacen al clásico modelo del periodista investigador. También con alto consenso aparecen los roles de promover la tolerancia y la diversidad, que dan expresión a

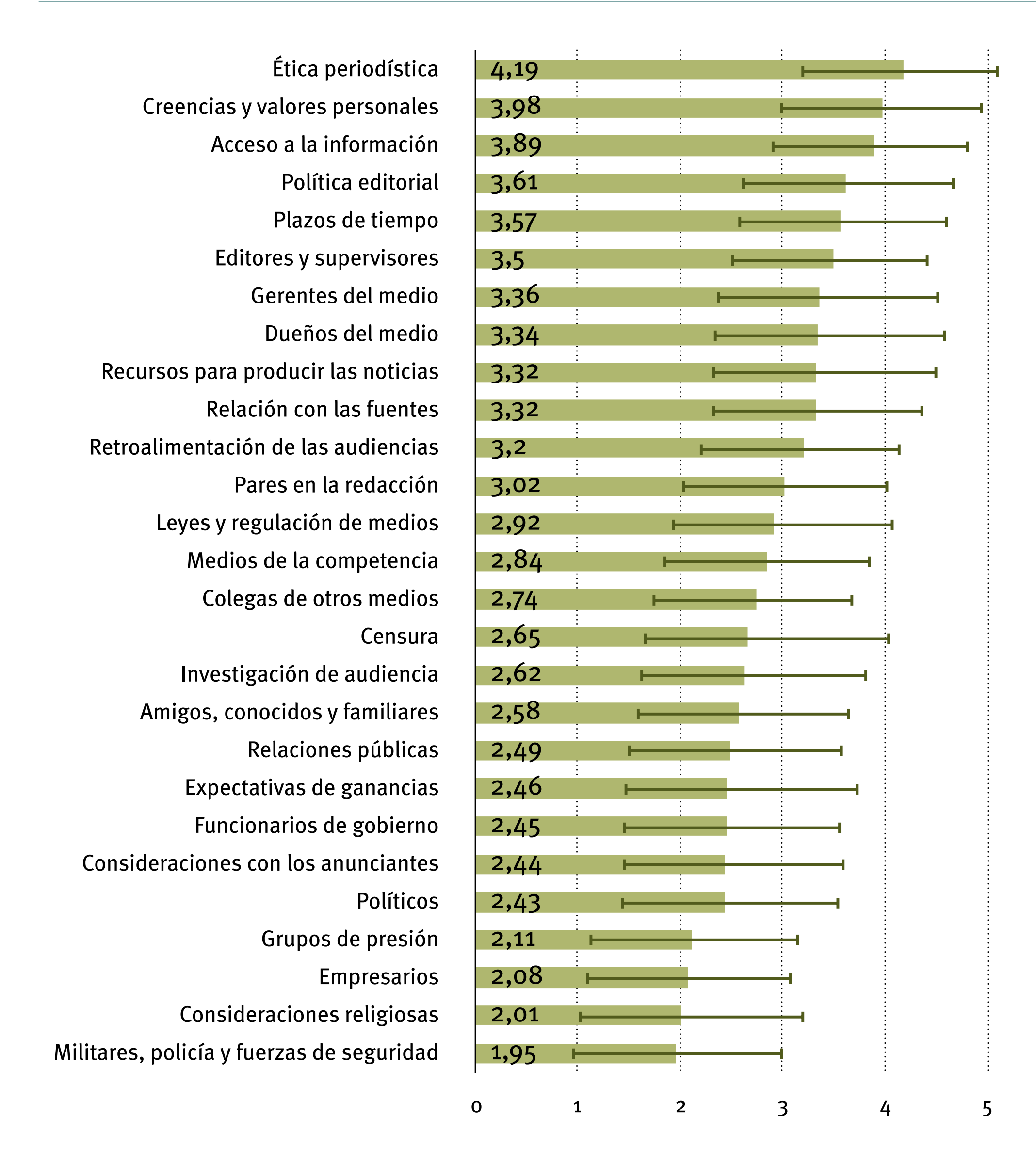
Gráfico 2.7. Pregunta: ¿Qué tan importantes son los siguientes aspectos en su trabajo? (respuestas «extremadamente» y «muy importante», respuestas múltiples)



la diversidad ciudadana. En el otro extremo se ubica el periodista facilitador de la información de los poderes, con muy poco nivel de aprobación de los entrevistados. Esto obliga a revisar la polémica pública alrededor de las lealtades del periodismo, que acusaban a los periodistas, o bien hacia el gobierno desde un periodismo militante de la causa política, o bien a los empresarios, a los que las acusaciones públicas suponían totalmente subordinado. Estos aspectos son más relevantes si se tiene en cuenta que la encuesta se aplicó hacia el final de una década de fuerte disputa entre el gobierno argentino y medios y periodistas. El bajo consenso entre la mayoría de los periodistas sobre aspectos que fueron el eje de la polémica de los actores de más visibilidad, habla del poco impacto que tuvo en la profesión la defensa abierta que hizo el gobierno del ejercicio de un periodismo que llamó militante.

Si se revisan los factores de influencia que se presentaron para la consideración de los periodistas, se verá que los actores de poder, a los que se acusaba a los periodistas de estar subordinados, son los menos mencionados como influyentes (funcionarios, empresarios, políticos, grupos de poder, relacionistas públicos). En cambio, asignan un poco más de influencia a los colegas, dentro o fuera del medio. Las cuestiones propias de la producción de la información son las que se señalan como más críticas: el acceso a la información y a las fuentes, la política editorial y los jefes, los plazos y recursos para producir las noticias. El hecho de que coincidan en señalar los problemas internos de la redacción como los más importantes, habla de que se tratan de aquellos por

Gráfico 2.8. Pregunta «¿Qué tan influyentes son los siguientes factores en su trabajo?» (5 = «extremadamente influyente» y 1 = «nada influyente»). Media de cada factor con barras de desviación estándar



los que más batallan a diario, en un contexto de escasez de recursos y precarización laboral.

Más allá de que se puede objetar que muchas de las influencias son sutiles y, por lo tanto, menos conscientes que aquellas que hacen al trabajo cotidiano, lo cierto es que el límite en el ejercicio profesional es aquel que se siente como tal, por lo que la dimensión subjetiva de la libertad y de las influencias es esencial para comprender la concepción de la profesión. Contrariamente a las acusaciones de manipulación por parte de sus patrones o del gobierno, que amenizaba la controversia pública, los periodistas argentinos declaran una gran autonomía: tres de cada cuatro (71,2 %) dicen tener una gran o total libertad para elegir las historias a cubrir, la misma que sienten para decidir el enfoque que les darán (74 %). Sin embargo, y relacionado con los factores organizativos que se declaran como más influyentes, solo la mitad participan con regularidad en las reuniones editoriales (46,4 %). Distinta es la valoración que hacen de la profesión en su conjunto, ya que cuando ponen la mirada en la profesión, una parte dice que la libertad del periodismo para tomar decisiones editoriales ha disminuido en los últimos años (40,7 %), mientras que otra, un poco menor, dice que ha aumentado (27,1 %).

Los datos muestran que en la Argentina el periodismo es una profesión llena de paradojas: la actividad que se dedica a la información tiene muy poca sobre sí misma; se declara adherente a una ética que nunca en su historia pudo consensuar; se acusa públicamente de la manipulación de los reporteros por los poderes pero ellos se sienten plenamente libres en la toma de sus decisiones, más condicionados por las pequeñas dificultades del día a día que por la conspiración de las corporaciones. Quizás la mayor paradoja es que después de más de una década de debate público impulsado por la Presidencia, que proclamaba como valor la declaración expresa de la posición política desde la que hablaba el periodismo, los periodistas de todo el país y de todos los medios, públicos o privados, declaran como principio rector su apego a los hechos. Incluso la misma academia creyó posible trasladar sus reflexiones epistemológicas sobre construcción de la realidad al periodismo, sin contar que los profesionales, como lo han hecho desde siempre, buscan en los hechos el apoyo de las noticias, especialmente en contextos en que se aceleran las urgencias cotidianas y se achican los tiempos de chequeo y reflexión. A esta altura, lo más interesante de este ejercicio de investigación fue constatar que la espuma de la discusión mediática puede no tener que ver con aquellos fenómenos de los que gusta opinar. Lo cual es una conclusión más que sugerente cuando el tema en debate es la profesión encargada de la información pública.

Brasil
O jornalista brasileiro contemporâneo

Sonia Virgínia Moreira

O jornalista que trabalha em redação de meios de comunicação é o objeto desta pesquisa desenvolvida entre 2013 e 2015 no âmbito do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). O projeto é parte do estudo comparado internacional Worlds of Journalism Studies, sediado no Departamento de Estudos de Comunicação e de Pesquisa em Mídia da Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) em Munique, sob a coordenação do Prof. Thomas Hanitzsch e supervisão técnica de Corinna Lauerer. O Brasil é um dos 66 países onde o levantamento foi conduzido utilizando como base metodológica o mesmo questionário respondido por todos os profissionais entrevistados entre 2012 e 2015. Ao explorar as rotinas profissionais nas redações, esta investigação concentra o seu foco em um personagem pouco frequente nos estudos sobre o jornalismo no país: o jornalista profissional.

O conjunto brasileiro de mídia é formado sobretudo por 5.219 jornais, 784 dos quais diários,[8] 542 emissoras geradoras de televisão aberta e 11.308 retransmissoras; 9.774 emissoras de rádio, 5.124 AM, FM, ondas curtas e ondas tropicais e 4.650 comunitárias;[9] serviços de TV por assinatura com 18,9 milhões de assinantes; 8,3 milhões de assinantes de serviços de banda larga[10] e cinco portais de notícias com média de 149 milhões de visitantes únicos/mês.

8 Associação Nacional de Jornais, Número de publicações em cada estado e região do Brasil, 2016, em ‹http://www.anj.org.br/titulos-de-jornais-por-regiao-e-estado› [consultado em 28.6.2016]

9 ANATEL, Relatórios Consolidados, Indicadores de 2012 a 2014 em ‹http://www.anatel.gov.br/dados/index.php/2015-02-04-18-43-59› [consultado em 28.6.2016]

10 ABTA (2016). Dados do setor, em: ‹www.abta.org.br/dados_do_setor.asp› [consultado em 28.6.2016]

O setor de telefonia é controlado por conglomerados internacionais, que operam em um mercado formado por 273,8 milhões de telefones móveis pessoais com acesso à infraestrutura pública e comercial de banda larga e pouco mais de 44 milhões de telefones fixos. Em 2015, 48 % dos brasileiros usavam a internet cinco horas por dia (tempo superior ao uso de televisão). Entre esses, 92 % estavam conectados via redes sociais, Facebook 83 %, WhatsApp 58 % e YouTube 17 %; e 67 % dos que acessavam internet estavam em busca de notícias.[11]

Em termos de receita, a indústria da mídia movimentou R$ 132 bilhões em publicidade em 2015, 9 % superior ao volume registrado no ano anterior,[12] ano em que 84 milhões de brasileiros não tinham acesso à internet, mas 66 % ou dois em cada três lares com internet no país dispunha de redes WiFi, quase o mesmo percentual dos lares que contavam com banda larga fixa (67 %) para acesso à rede e bem acima dos 25 % que se conectavam por meio da rede móvel 3G (TIC Domicílios, 2015;[13] CETIC.br, 2016;[14] IBGE/Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios, 2014[15]).

11 Pesquisa Brasileira de Mídia (2015) em ‹http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf› [consultado em 28.12.2015]

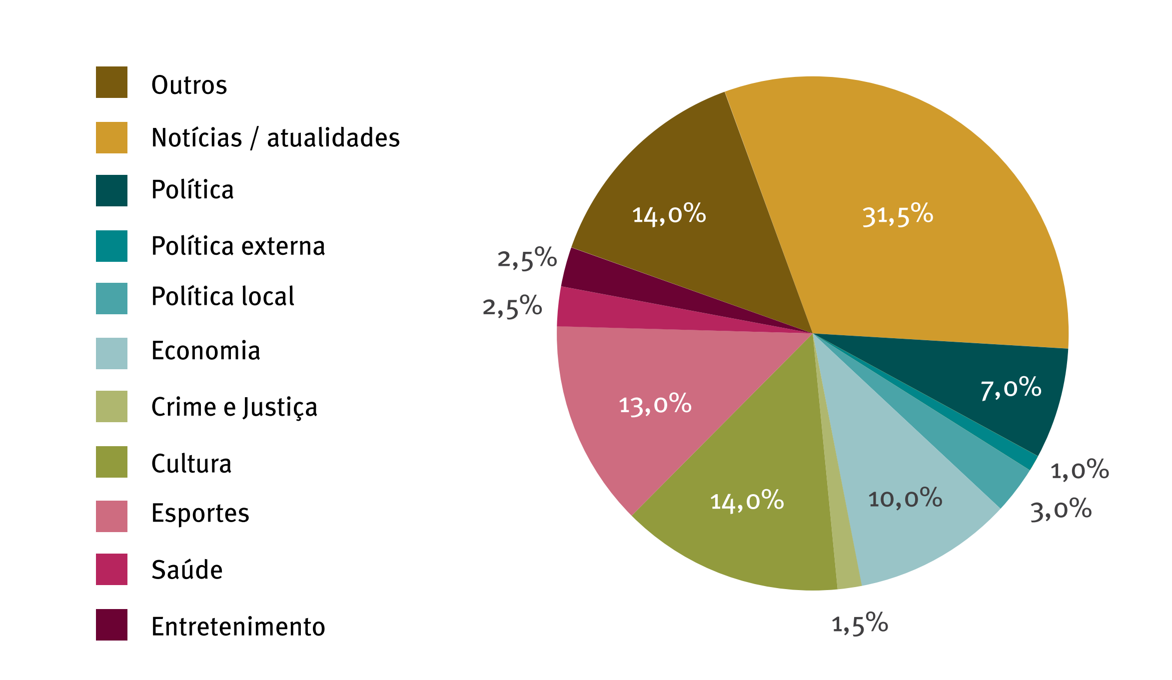
12 KANTAR IBOPE MEDIA (2016). Investimento publicitário soma R$ 132 bilhões em 2015. Em: ‹https://www.kantaribopemedia.com/investimento-publicitario-soma-r-132-bilhoes-em-2015-indica-kantar-ibope-media› [consultado em 6.3.2016]

13 TIC Domicílios (2014). Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. CGI.br. em ‹http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf› [consultado em 18.5.2016].

14 CETIC.br (2016). Panorama setorial da internet. Universalização do Acesso, Ano VIII, Nº 1, março 2016. Em: http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/6/Panorama_Setorial_11.pdf [Consultado em 18/05/2016]

15 IBGE/PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2015). Síntese de Indicadores 2014. Em: ‹http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94935.pdf› [consultado em 8.10.2015]

Gráfico 3.1. Editorias dos jornalistas brasileiros



A pesquisa Worlds of Journalism no Brasil

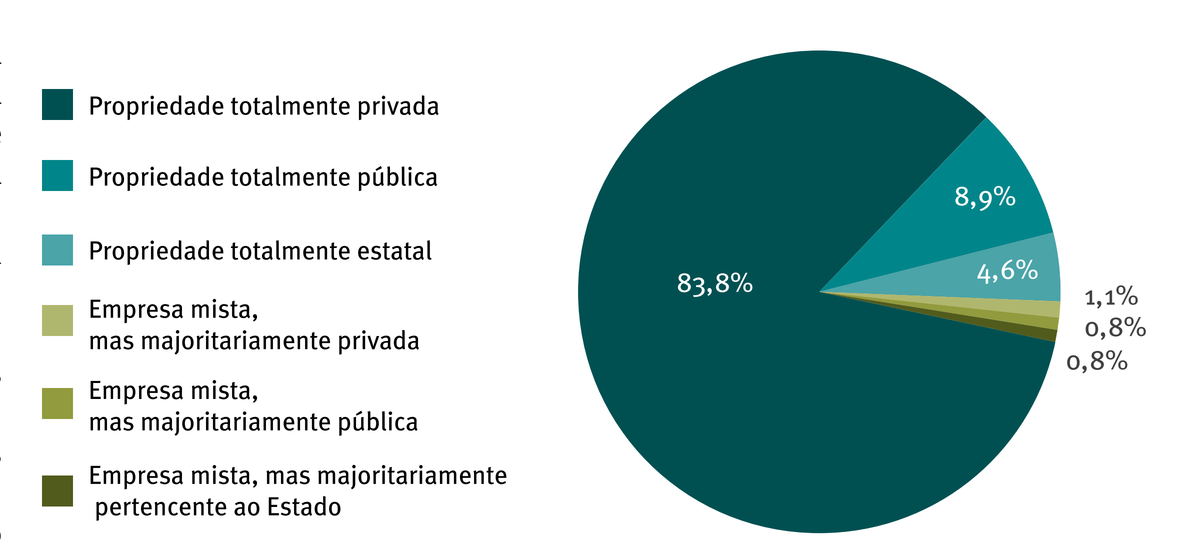
Responderam ao questionário da pesquisa 376 jornalistas brasileiros de diferentes estados e de meios de comunicação privados, públicos e governamentais. A maioria (58,5 %) dos jornalistas que participaram da pesquisa no Brasil estão nas editorias de assuntos gerais (31,5 %), cultura (14 %) e esportes (13 %). Economia (10 %) e política (7 %) também se destacam entre os entrevistados.

Propriedade do meio

A principal característica dos meios de comunicação brasileiros é o seu caráter privado. A indústria de mídia de massa de alcance nacional, e também a de abrangência regional, tem sido historicamente controlada por grupos nacionais/regionais. A maioria deles é administrada por famílias que ao longo de décadas têm dominado a produção de impressos, à qual foram sendo agregadas emissoras de rádio e de televisão aberta, agências de notícias e editoras de livros. Nos últimos 15 anos, os negócios dos maiores grupos se expandiram para sistemas de distribuição de conteúdo (impresso e audiovisual), portais de notícias on-line, TV por assinatura, provedores de Internet, gráficas próprias etc. O Grupo Folha (família Frias), o Grupo Globo (família Marinho), o Grupo Abril (família Civita) e o Grupo Estado (família Mesquita) são nomes dessa produção de informação em escala industrial.

Na indústria do rádio destaca-se o caráter político das concessões FM. Essencialmente comercial até os anos 90, estima-se um considerável desequilíbrio em termos de propriedade, com cerca de 40 % das concessões controladas por políticos (deputados, senadores, governadores e prefeitos) no exercício do mandato ou não. Outro percentual representativo das concessões de rádio é controlado por grupos religiosos, em especial os ligados a igrejas neopentecostais.[16] A instituição do Serviço de Radiodifusão Comunitária[17] em 1998 alterou radicalmente o quadro de emissoras no país em pouco mais de uma década. Hoje as rádios comunitárias de baixa potência compõem cerca de 50 % do espectro radiofônico, ao lado de canais AM, FM e ondas curtas. Na mídia pública, a movimentação mais recente na esfera federal foi a inauguração em 2008 da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), oficialmente criada para "suprir uma lacuna no sistema de radiodifusão e com o objetivo de implantar e gerir os canais públicos, aqueles que, por sua independência editorial, distinguem-se dos canais estatais ou governamen-

Gráfico 3.2. Propriedade dos meios



16 A corrente do neopentecostalismo "representa a terceira fase da implantação das igrejas pentecostais no Brasil e é caracterizado por um forte discurso populista e centrado na Teologia da Prosperidade. Essas igrejas passaram a ter uma grande visibilidade no final da década de 1980, quando a Igreja Universal do Reino de Deus adquiriu a Rede Record de Televisão e iniciou uma corrida pela audiência religiosa" (Dantas, 2008).

17 Lei 9.612 (1998). Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm [consultado em 12.3.2015].

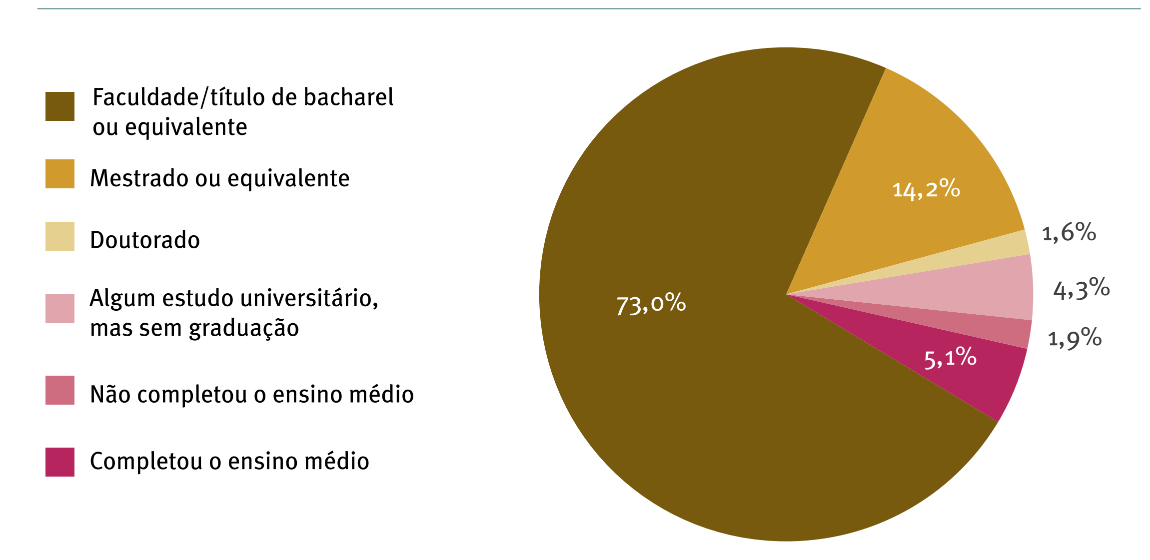
tais".[18] Atualmente as emissoras públicas coexistem e compartilham orçamento com emissoras governamentais mantidas por verbas do governo federal.

Formação

A formação em jornalismo é comum no Brasil. Por quase 40 anos (março 1970 a junho 2009) um diploma universitário, que deveria ser registrado no Ministério do Trabalho, era obrigatório para os jornalistas brasileiros que quisessem trabalhar em uma redação. Até a sua revogação pelo Supremo Tribunal Federal em 2009, a obrigatoriedade do diploma foi objeto de controvérsias legais. Na decisão, a maioria dos juízes da Corte Suprema considerou o diploma obrigatório "inconstitucional" porque poderia representar uma ameaça à liberdade de expressão, fundamentada no artigo 13 da Convenção Americana sobre Direitos Humanos.[19] Mesmo que o diploma não seja mais obrigatório, cerca de 450 cursos de jornalismo formam a cada ano um número de profissionais bem maior do que aqueles que irão trabalhar diretamente com jornalismo.

O longo período de obrigatoriedade do diploma explica o gráfico a seguir, que evidencia o predomínio de jornalistas com diploma universitário (73 %) nas redações. Revela ainda um percentual considerável de jornalistas com título de mestre (14,2 %), o que pode indicar um reconhecimento da academia por parte

Gráfico 3.3. Formação dos jornalistas



dos profissionais, considerando que são títulos obtidos na área de jornalismo e em outras áreas. O mestrado também pode ser interpretado como um recurso para se qualificar frente a organizações de mídia ou mesmo acadêmicas de modo a se habilitar a empregos nos dois setores, de mídia e de ensino. É de se registrar ainda que quase 10 % dos jornalistas declararam ter formação de ensino médio (5,1 % mais 4,3 % com estudos incompletos em universidade).

Idade

O jornalista brasileiro é jovem, com idade entre 20 e 35 anos (62,2 %), com predomínio daqueles na faixa etária entre 25 e 35 anos (44,1 %). Profissionais do jornalismo e analistas do setor da comunicação credi-

18 Lei 11.652 (2008). Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração.
19 Pacto de San Jose da Costa Rica em: ‹https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm›.

tam boa parte da redução da idade dos jornalistas nas redações a crises de duas ordens que se estabeleceram na imprensa nas duas últimas décadas: a tecnológica e a econômica. A primeira afetou principalmente os meios impressos (jornais e revistas) que passaram a concorrer com as versões online dos próprios títulos. A consequente queda de publicidade resultou em outra crise, a econômica, que provocou a fusão das redações do impresso e do digital nos meios de comunicação.

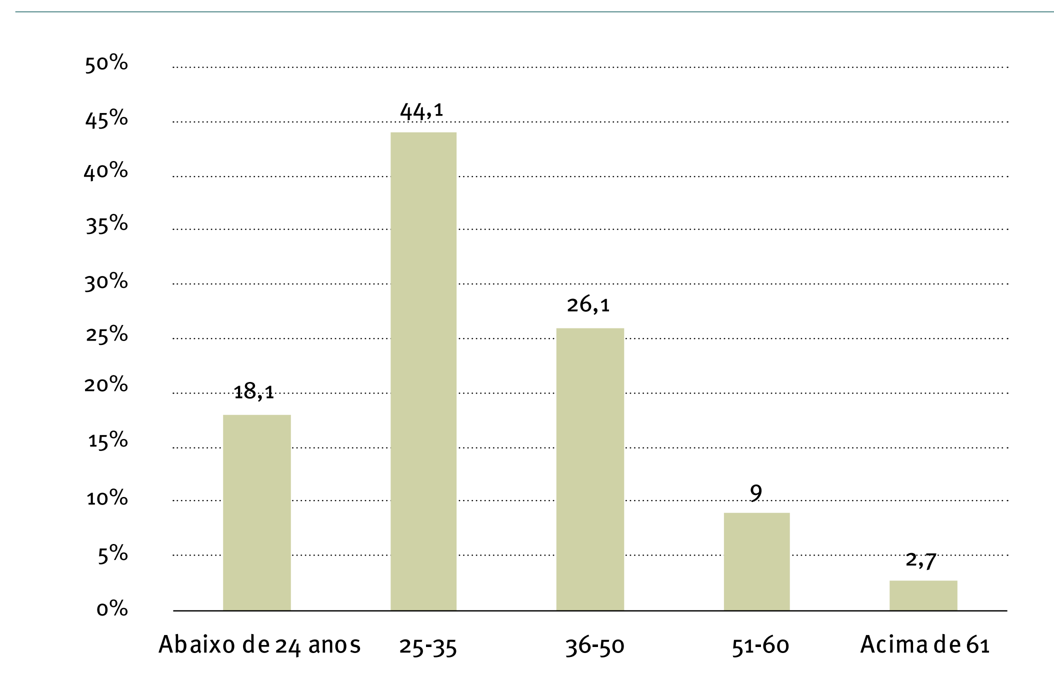
Gênero

O grupo de jornalistas entrevistados na pesquisa 2013-2015 se mostra equilibrado em relação ao gênero: masculino 50,8 %; feminino 49,2 %. O resultado não deixa de ser surpreendente porque convivemos nas últimas duas décadas com a imagem das redações como espaços com maior, e sempre crescente, presença feminina. Essa impressão esteve sempre bastante ligada ao ambiente de formação, pois as mulheres compõem a maior parte das salas de aula dos cursos de jornalismo.

Filiação a sindicatos

O resultado das respostas ao questionário da pesquisa evidencia que o jornalista brasileiro contemporâneo não tem uma forte identidade de classe: 59,2 % não estão filiados a sindicatos ou associações. Essa ausência de identidade se manifesta em graus diferentes dependendo do tipo de mídia: é significativamente maior entre os profissionais nas redações

Gráfico 3.4. Jornalistas por faixa etária



online (8,2 % de sindicalizados) e reduzida entre jornalistas de rádio (11,7 %) e TV (22,6 %). Nas redações de jornais diários está o maior contingente de profissionais sindicalizados: 42,6 %. Esse dado pode ser em parte explicado pela própria tradição do meio jornal, em cujas redações se formaram os sindicatos pioneiros e de onde vieram os seus primeiros representantes.

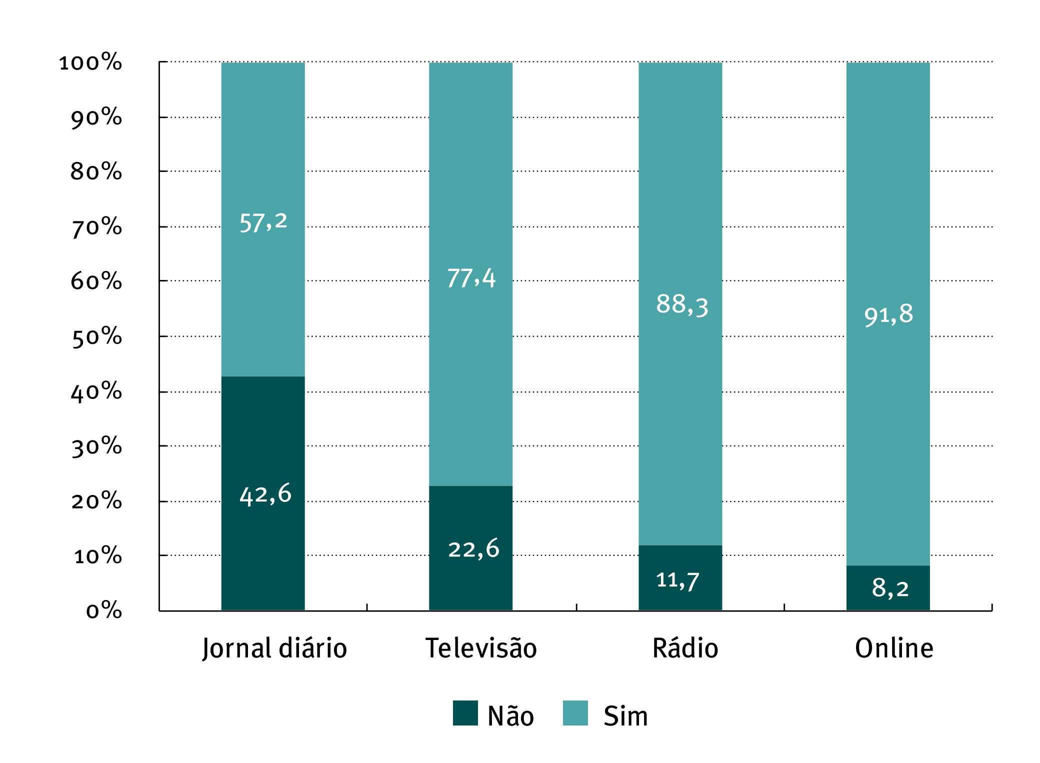
Salários

O salário da maioria dos jornalistas brasileiros é baixo: 53,2 % dos entrevistados declararam receber entre USD 466 e USD 1,552 mensais, enquanto 19,7 %

dos entrevistados recebem entre USD 1,553 e USD 2,484 e 13,3 % recebem entre USD 2,485 e USD 6,211. Aqui é interessante relacionar a autoclassificação salarial com o meio de origem dos entrevistados: 45,7 % trabalham em mídia de alcance regional (situada em cidades menores, fora dos grandes centros), enquanto 35,4 % são jornalistas em meios de alcance nacional. A análise dos salários por meio de comunicação mostra que jornalistas em redações de televisão têm média salarial maior que aqueles que trabalham em emissoras de rádio e em jornais diários. Os salários de jornalistas em meios online são os únicos que estão distribuídos por praticamente todas as faixas. É importante considerar que os salários também estão diretamente relacionados à oferta: há vários anos existem no país mais jornalistas formados do que postos de trabalho disponíveis.

Esse ambiente de concorrência, acrescido à baixa adesão dos profissionais a entidades representativas da categoria (ver gráfico 3.5), também ajuda a explicar porque os salários dos jornalistas brasileiros são reduzidos.

Gráfico 3.5. Jornalistas sindicalizados, por mídia



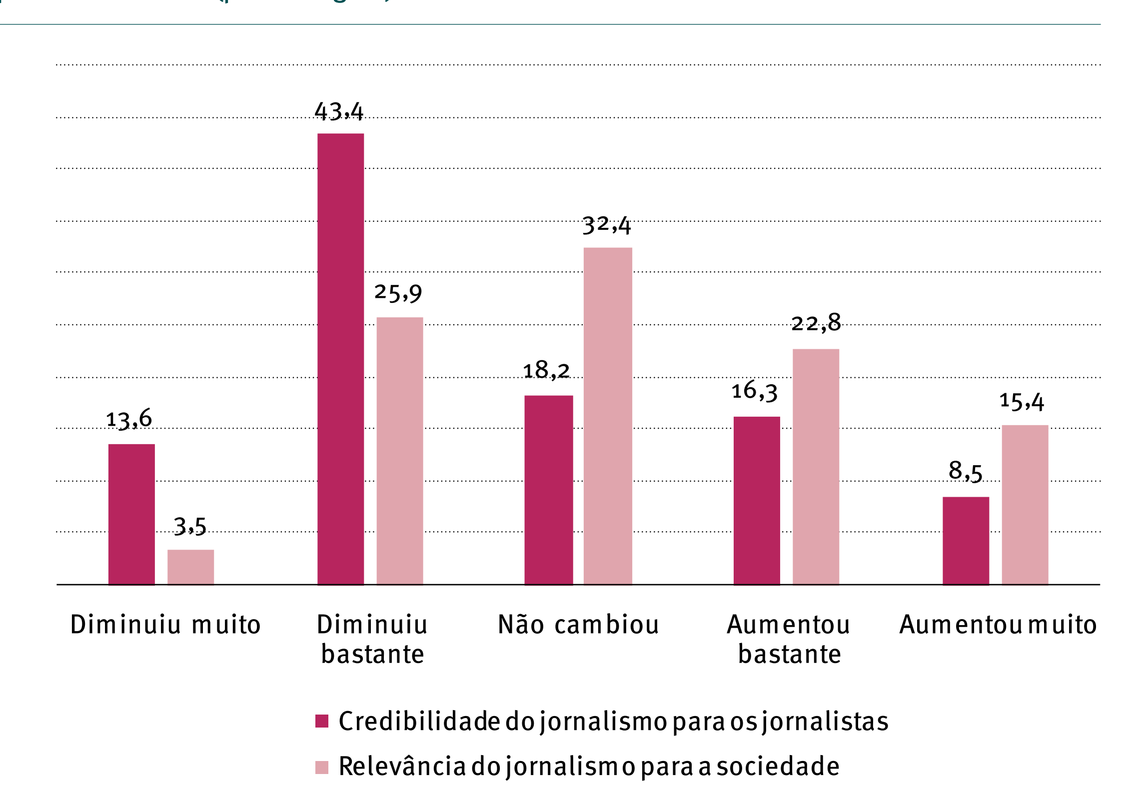
Padrões éticos

Para 89,7 % dos jornalistas brasileiros o código de ética da profissão deve ser sempre observado, independente de situações e contextos. Essa posição é fortalecida ao consideramos outras variáveis: 69,4 % não concordam que a ética no jornalismo seja uma questão de decisão pessoal; 58,8 % não consideram aceitável abdicar de princípios éticos mesmo que em circunstâncias extraordinárias; e 49 % discordam de o que é ético no jornalismo depende de situações específicas. A orientação dos jornalistas é confirmada nas respostas que mostram a alta rejeição ao pagamento por informações confidenciais (80,3 %) e à possibilidade de alterar ou inventar declarações das fontes (98,1 %).

De modo geral, os jornalistas admitem que a credibilidade do jornalismo foi afetada nos últimos anos acompanhada por diversos fatores que incluem desde as alterações na rotina das redações até o advento

e usos de novos recursos de tecnologia. Os gráficos a seguir revelam que para os jornalistas entrevistados a reputação da profissão se fragilizou: 57 % consideram que a sua credibilidade diminuiu razoavelmente. Externamente, porém, os jornalistas acreditam que as condições não ocorreram na mesma intensidade: para 32,4 % não houve alterações em termos de relevância da profissão junto à sociedade, enquanto para 38,2 % essa relevância inclusive aumentou.

Gráfico 3.6. Credibilidade do jornalismo para os jornalistas e relevância do jornalismo para a sociedade (porcentagem)



Confiança nas instituições

Assim como o verificado em medições realizadas por institutos nacionais de pesquisa, entre os quais o Índice de Confiança Social (ICS), os jornalistas brasileiros não confiam na maioria das instituições. Segundo dados da pesquisa que mede a confiança dos brasileiros em 18 instituições e quatro grupos sociais, os partidos políticos, o Congresso Nacional, a presidência da República, o governo federal, o sistema eleitoral e os governos municipais são as instituições que mais perderam a confiança da população em 2015.[20]

Segundo os jornalistas entrevistados para a pesquisa Worlds of Journalism Study o Judiciário é a instituição com melhor representação: 49,5 % dos profissionais afirmaram que têm 'alguma confiança' na justiça. Assim como na pesquisa em âmbito Brasil, o Congresso Nacional (76,7 % de pouca ou nenhuma confiança) e os partidos políticos (82,2 % de pouca ou nenhuma confiança) estão entre as instituições com pior desempenho. Os jornalistas têm pouca ou alguma confiança no governo federal (77,6 %); em sindicatos (76,8 %); na polícia (71,5 %), ainda que 24 % não tenham qualquer confiança; nos militares (69,8 %) e em líderes religiosos (65,9 %).

Em relação aos meios de comunicação, eles estão no mesmo patamar de 'pouca ou alguma confiança', de acordo com os jornalistas: 75,9 % apontaram essa categoria, ainda que 19,2 % tenham 'muita confiança'

20 Disponível em ‹http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/ics_brasil.pdf›.

na mídia e 3,6 % não tenham qualquer confiança. Esse índice se aproxima de outra pesquisa de confiança da sociedade realizada também em 2015, na qual a Igreja Católica (70,5 %) e as Forças Armadas (51,8 %) lideraram em termos de confiança (ver quadro a seguir).

Tabla 3.1. Confiança social nas instituições, ano 2015 (0-100)[21]

Corpo de Bombeiros	81
Igrejas	71
Forças Armadas	63
Meios de Comunicação	59
Escolas Públicas	57
Empresas	53
Organizações da Sociedade Civil	53
Polícia	50
Bancos	49
Poder Judiciário, Justiça	46
Sindicatos	41
Sistema Público de Saúde	34
Governo da cidade onde mora	33
Eleições, Sistema Eleitoral	33
Governo Federal	30
Presidente da República	22
Congresso Nacional	22
Partidos Políticos	17

21 Índice de Confiança Social (ICS) 2015. IBOPE Inteligência. Em http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/ics_brasil.pdf [consultado em 14.12.2015]

Tabla 3.2. Grau de confiança nas instituições[22]

Instituição	Confia sempre	Confia na maioria das vezes	Total de "Confia sempre" ou "na maioria das vezes"	Confia poucas vezes	Não confia nunca	Não sabe ou não respondeu
Partidos políticos	1,0	3,7	4,7	20,7	73,4	1,2
Governo	2,0	8,9	10,9	31,6	56,2	1,3
Congresso Nacional	1,6	9,0	10,6	33,7	51,6	4,1
Justiça	10,5	24,4	34,9	39,2	24,8	1,1
Polícia	8,9	25,9	34,8	40,6	23,5	1,1
Imprensa	13,2	29,0	42,2	34,7	21,2	1,9
Forças Armadas	19,2	32,6	51,8	27,8	17,2	3,2
Igreja	43,0	27,5	70,5	16,4	11,7	1,4

Influências no trabalho

Várias correlações podem ser feitas entre o grau de confiança nas instituições e os elementos que influenciam diretamente o trabalho dos jornalistas nas redações. Aparecem com 'pouca ou nenhuma influência' na atividade dos jornalistas: militares/polícia (71,3 %); representantes de governos (69,4 %); políticos (63,1 %);

22 Pesquisa CNT/MDA, 12 a 16 de julho de 2015.

religião (61,4 %). Por outro lado, é possível comparar como outros elementos exercem grande influência na rotina de trabalho dos profissionais nas redações: de todos, a ética jornalística está em destaque, ao ser identificada como 'extremamente influente' por 48,8 % dos jornalistas.

Em um país onde o acesso público a dados ainda é limitado, 65,7 % dos entrevistados apontaram justamente o acesso à informação como um elemento extremamente ou muito influente, mesma categoria apontada pelos jornalistas para política editorial (55 %). Constrangimentos como limite de tempo também foi relacionado como extremamente ou muito influente para 64,3 % dos jornalistas, assim como os recursos disponíveis para a apuração de notícias, muito influentes para 49,7 % dos entrevistados.

Anotação final

No projeto Worlds of Journalism Study/Capítulo Brasil, a fixação do corpus de análise (percentual representativo dos jornalistas brasileiros selecionados para entrevistas) foi a primeira e uma das maiores limitações a serem superadas pela equipe local de pesquisa. A vigência no país da Lei de Acesso à Informação[23] não significa necessariamente que ao cidadão seja facultado consultar dados oficiais que, em essência, deveriam ser de verificação pública. Além disso, há no Brasil um tipo de informação pública (como, por exemplo, jornalistas que exercem a profissão no país, jornalistas registrados, jornalistas formados na área) que, quando existe, pode estar defasado ou sem a fundamentação metodológica que referende os números apresentados.

Os resultados aqui apresentados fazem parte de um contexto cultural de país e de profissão, que ainda carece de projetos e pesquisas que consigam mostrar um pouco mais para os próprios brasileiros como funcionam as instituições que estão presentes e afetam o cotidiano de todos os cidadãos.

23 Lei nº 12.527 (2011). Regula o acesso a informações previsto na Constituição Federal de 1988. Em: ‹http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm› [consultado em 19.8.2014].

Colombia
Los periodistas en el contexto del conflicto armado colombiano. Explorando los niveles de influencia y su impacto en la percepción de autonomía profesional

Miguel Garcés Prettel y Jesús Arroyave Cabrera

Los medios informativos ocupan un rol esencial en el fortalecimiento de la democracia por cuanto son fuente de consulta permanente de los ciudadanos para construir opinión pública. Esta tendencia, que empezó a consolidarse en el siglo XIX en la mayoría de países occidentales, es más notoria en el siglo XXI con la masificación de las redes sociales y las plataformas de noticias *online*. En ese contexto, la libertad de prensa y de expresión, además de ser derechos fundamentales (Dawes, 2014) e indicadores de desarrollo democrático (Nisbet y Stoycheff, 2013), son requisitos indispensables para que tanto los medios informativos tradicionales como los digitales cumplan su función de mantener informada a la ciudadanía sobre los temas de interés público que afectan a la sociedad.

Sin embargo, los fuertes cuestionamientos a la imparcialidad de los medios informativos y los múltiples controles y censuras que enfrenta el periodismo a nivel mundial han despertado un interés creciente en la comunidad científica por estudiar la libertad de prensa desde las influencias que moldean la producción de noticias y del impacto que producen en la autonomía de los periodistas para tomar decisiones frente a su labor (McDevitt, 2003; Reich y Hanitzsch, 2013; Weaver y Wilhoit, 1996; Whitney, Sumpter y McQuail, 2004).

La evidencia empírica sobre las influencias en el periodismo es extensa (Donsbach, 2009; Hanitzsch et al., 2010; Hanitzsch y Mellado, 2011; McQuail, 2005; Reese, 2001; Shoemaker y Reese, 2013) y una buena parte revela que la autonomía de los periodistas es opacada por influencias provenientes del ámbito

político (Hallin y Mancini, 2004; Mellado y Humanes, 2012), económico (Bagdikian, 2000; McManus, 1994; Stetka y Örnebring, 2013) y por el peso de la estructura organizacional de las salas de prensa (Altmeppen, 2008; Sigelman, 1973). Por su parte, la autonomía es importante para el estudio de la libertad de prensa porque fortalece los valores democráticos cuando se ejerce en el marco de un periodismo responsable, crítico e independiente (Waisbord, 2013; Weaver et al., 2009). A pesar de la trascendencia de ambos constructos para las sociedades contemporáneas, su estudio se ha llevado a cabo, en su mayoría, en los países con democracias estables y niveles de violencia relativamente leves.[24]

Este capítulo presenta los resultados del análisis factorial exploratorio a los niveles de influencia percibidos por los periodistas en Colombia, y cómo estos niveles están relacionados con la percepción de autonomía profesional para producir y publicar noticias en este país. Resulta de especial interés investigar el contexto colombiano, foco de atención mundial debido a que padece uno de los conflictos armados más largos e intensos de la historia de América. Ello justifica evaluar la estructura de influencia emergente y analizar el impacto que generan los niveles de influencias en la toma de decisiones editoriales de los periodistas en este tipo de contextos hostiles.

24 El concepto de violencia al cual se hace referencia en este artículo está relacionado con las tasas de homicidios intencionales que son monitoreadas por la comunidad internacional. La Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2013) hace periódicamente diagnósticos mundiales sobre los homicidios. Este organismo considera como leves o bajas las tasas de homicidio inferiores a 3, como moderadas las que están en el rango de 3 a 20 y como altas las superiores a 20. Colombia está dentro del ranking de países con tasas altas de homicidios intencionales.

Una mirada teórica a las influencias que afectan la autonomía periodística

La autonomía periodística es definida como la capacidad de los editores y periodistas de desarrollar y hacer uso responsable de su libertad personal al momento de tomar decisiones que beneficien el trabajo periodístico (Gronemeyer, 2002). Los periodistas asocian comúnmente la autonomía con independencia profesional, es decir, con la obligación ética y social de guardar fidelidad al interés público y no al particular (Kovach y Rosenstiel, 2012). Este compromiso con lo público predispone a los periodistas a proteger su independencia de todas aquellas influencias dentro y fuera de las salas de prensa que amenazan su autonomía profesional (McDevitt, 2003).

Las influencias hacen referencia a los factores internos y externos que moldean la producción de noticias (Preston y Metykova, 2008; Reese, 2001; Whitney, Sumpter y McQuail, 2004), que pueden agruparse en seis niveles de jerarquía que abarcan lo político, lo económico, lo organizacional, lo referencial, lo profesional y lo procedimental (Hanitzsch et al., 2010).

Las influencias políticas están compuestas por todas las fuentes relacionadas con el ámbito gubernamental como los funcionarios públicos, los políticos, la censura y la influencia de los empresarios en el gobierno, que permean o ejercen presión sobre el trabajo periodístico. Las influencias económicas se relacionan con las expectativas de lucro, la publicidad y las necesidades de los anunciantes. Las influencias organizacionales están asociadas con la estructura

interna que regula las decisiones y las rutinas de gestión. Las influencias profesionales abarcan las normas, convenciones culturales y costumbres del oficio. Las influencias de los grupos de referencia cobijan a todos los grupos o instituciones que los periodistas miran como competidores o como medios de autodeterminación personal. Las influencias procedimentales apuntan a las limitaciones o restricciones operativas del contexto laboral que regulan el trabajo periodístico.

Con respecto a estos niveles, un importante acervo de investigaciones revela el impacto de estas influencias en la percepción de autonomía de los periodistas para tomar decisiones frente a los contenidos informativos que producen. En el continente asiático, por ejemplo, se han encontrado casos de periodistas filipinos que laboran con restricciones dentro de su país, debido a las influencias económicas y los graves problemas de soborno y corrupción que han afectado negativamente al periodismo que se ejerce en las zonas de provincia (Shafer, 1990). En el continente americano, un estudio logró identificar algunas influencias dentro del periodismo estadounidense relacionadas con la cultura corporativa, los estilos de dirección, el género, la pauta publicitaria y el tipo y tamaño del medio informativo, que alcanzaron a explicar la percepción de autonomía profesional solo en un doce por ciento de la varianza total, lo cual indica que la percepción de autonomía periodística en este país depende más de factores externos que laborales (Weaver y Wilhoit, 1996).

De manera similar, a principios del siglo XXI se alertó sobre la influencia de la pauta publicitaria y los efectos negativos que produce en los contenidos de la prensa norteamericana, incidiendo en los procesos de selección y tratamiento de la información (McChesney, 2003). En el continente europeo sucede algo similar, pues las investigaciones apuntan a que la autonomía de los periodistas en estos contextos baja ante las influencias corporativas, económicas y comerciales del medio, y sube cuando hay mercados de medios estables y diversos (Stetka y Örnebring, 2013). Se sabe además que la autonomía es mucho menor en los medios europeos que dependen en mayor medida de la publicidad, que en aquellos donde hay mayor diversificación de fuentes de recursos (Duval, 2005).

En Suramérica, un estudio realizado en Chile reveló la presencia de algunos factores predictores como la posición editorial, las influencias percibidas a nivel político y organizacional, la orientación política y la ubicación geográfica del medio de comunicación, que tuvieron un efecto directo en la percepción de autonomía profesional de los periodistas chilenos para ejercer su labor informativa (Mellado y Humanes, 2012).

En términos generales, la literatura sobre el tema permite establecer dos grandes áreas de influencia en la autonomía profesional: las presiones externas a nivel político y económico, y la relacionada con los factores internos a nivel organizacional, procedimental y de propiedad del medio que rodean la producción de noticias (Picard y Weezel, 2008; Donohue, Olien y Tichenor 1985; Hanitzsch et al., 2012; Weaver et al. 2009; Reich y Hanitzsch, 2013).

Colombia como caso de estudio de periodismo

América Latina es la región donde ocurren más del 30 % de los homicidios mundiales (100.000 por año), pese a que solo concentra el 9 % de la población del planeta (Banco Mundial, 2014). La Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2013) revela que, mientras en Europa, Asia y Oceanía las tasas de homicidios intencionales han permanecido bajas desde 1955, en América Latina las tasas de homicidios siguen incrementándose de forma alarmante. En este sentido, las estadísticas del último estudio mundial de homicidios realizado por este organismo en el año 2012 revelaron que Honduras es uno de los países democráticos con la tasa más alta de homicidios a nivel mundial (90,4 por cada 100.000 habitantes); le siguen en su orden Venezuela con 53,7, Belice con 44,7, El Salvador con 41,2, Guatemala con 39,9, Colombia con 30,8, Brasil con 25,2 y México con 21,5. Argentina, Chile y Uruguay fueron los países con las tasas más bajas de Latinoamérica.

Mientras que en Centroamérica los homicidios aumentan por los carteles del narcotráfico y en países suramericanos, como Venezuela y Brasil, por la delincuencia común y el crimen organizado, el problema en Colombia es más complejo: aquí coexisten paralelamente la violencia social generada por la delincuencia y el accionar de bandas criminales vinculadas al narcotráfico y una violencia política de antaño proveniente de un conflicto armado interno que se inició en 1960.

El carácter político de este conflicto obedece no solo a la confrontación que tiene el Estado colombiano con las guerrillas de extrema izquierda y los paramilitares (grupos armados de extrema derecha), sino también porque su origen está relacionado con problemas sociopolíticos derivados de la lucha armada entre los partidos políticos tradicionales, de los conflictos agrarios no resueltos, de la presencia de grupos armados ilegales en todo el país y de las fallas del Estado para garantizar con sus fuerzas armadas, protección y bienestar a sus habitantes (Galindo, Restrepo y Sánchez, 2009). Dentro del listado de organizaciones guerrilleras de Colombia sobresalen: El Ejército Popular de Liberación (EPL), el Movimiento 19 de Abril (M-19), Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN).

Los paramilitares en cambio son más recientes. Se consolidaron como actor armado en la década del noventa, con la complicidad de agentes del Estado, políticos y empresarios unidos bajo el pretexto de ayudar al ejército nacional a combatir las guerrillas. Hasta la fecha se han desmovilizado los grupos paramilitares y las guerrillas del M-19 y el EPL. No obstante, se conocen casos de paramilitares que volvieron a delinquir conformando bandas criminales al servicio del narcotráfico (Amnistía Internacional, 2008). En la actualidad el gobierno nacional dialoga con las FARC-EP y se espera un acuerdo definitivo a finales del 2016. Se espera que el ELN también abra las puertas para una negociación que ponga fin a este histórico conflicto armado.

La libertad de prensa ha sido también impactada por este conflicto. Los informes de la Fundación para la Libertad de Prensa (2012) revelan que solo entre

2002 y 2012 se presentaron 1419 agresiones contra periodistas por grupos paramilitares (20,7 %), narcotraficantes (18,5 %), guerrillas (13,6 %), fuerza pública (7,1 %) y desconocidos (28,5 %). A esto se suman las estadísticas del Centro Nacional de Memoria Histórica (2015), que revelan que entre 1977 y 2015 han sido asesinados 152 periodistas por razones de su oficio, de los cuales el 47 % de estos casos han quedado en impunidad. Se genera así un efecto inhibitorio que trae consecuencias negativas para la democracia y para el ejercicio de la libertad de prensa.

Teniendo en cuenta la importancia del tema y la necesidad de conocer cómo operan estos constructos en contextos democráticos afectados por la violencia como Colombia, se consideró oportuno plantear las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿En qué niveles operan las influencias percibidas por los periodistas colombianos?

2. ¿Qué factores de influencia están asociados significativamente con la percepción de autonomía profesional de los periodistas colombianos en este contexto afectado por un conflicto armado interno?

3. ¿Cuáles son los temas noticiosos percibidos por los periodistas con restricciones a la autonomía profesional?

Niveles de influencias en el periodismo de Colombia

Se descartaron los ítems: influencia de las investigaciones de audiencia y mercado, influencia de las relaciones públicas y de la censura por tener cargas factoriales similares en dos o más factores; también se tomó la misma decisión con los ítems: influencia de la ética periodística y de la disposición de fondos para obtener información por presentar comunalidades bajas.

La tabla 4.1 (véase anexo) revela que los periodistas colombianos están expuestos laboralmente a cuatro tipos de influencia, en los niveles político, corporativo, psicosocial y profesional. Estos niveles explican el 54,9 % de la varianza total de las influencias percibidas. El nivel político hace alusión a actores de tipo gubernamental y empresarial (políticos, funcionarios de gobierno, empresarios) que operan dentro del mundo de la política y ejercen desde allí un fuerte peso de influencia en el trabajo de los periodistas (Hanitzsch et al., 2010).

El nivel corporativo agrupa las influencias organizacionales (jefes directos, altos directivos, política editorial), económicas (anunciantes e intereses publicitarios, expectativas de ganancia económica) y de procedimiento (plazos y restricciones de tiempo) (Hanitzsch et al., 2010) que se ubicaron en Colombia dentro un solo factor. Se asignó este nombre atendiendo a un concepto según el cual lo corporativo se caracteriza por presentar una estructura asociativa en donde lo organizacional, lo económico y lo operativo se juntan para garantizar que las empresas tengan estabilidad, permanencia y rentabilidad

mediante la acumulación de grandes sumas de capital a través de sus actividades comerciales (Spencer, 2003).

El nivel psicosocial abarca aspectos psicológicos relacionados con los valores o creencias de los periodistas y las consideraciones de tipo religioso o espiritual que forman parte de los antecedentes individuales o personales de los periodistas (Donsbach, 2009; McQuail, 2005; Shoemaker y Reese, 2013). Además, en este nivel se agrupan también aspectos de carácter sociológico como la influencia de los compañeros de trabajo, la influencia de amigos, conocidos o familiares y la influencia de colegas de otros medios, que son actores sociales situados dentro de la categoría de grupos de referencia, por cuanto los mismos periodistas suelen considerarlos competidores o figuras de apoyo (Hanitzsch et al., 2010; 2012).

El nivel profesional agrupa a todas las influencias que forman parte de las normas, convenciones y costumbres propias del oficio periodístico, que han sido ampliamente analizadas dentro del mismo ámbito profesional (Hughes et al., 2016; Hanitzsch et al., 2010), y en el contexto de las rutinas de trabajo de los periodistas (Shoemaker y Reese, (2013). Se ubican en este nivel la retroalimentación de la audiencia, la relación con la competencia y la legislación de medios.

En términos generales, el peso de las influencias percibidas se concentra en el ámbito político, que es el nivel que muestra tener mayor incidencia (35,3 %) en la varianza total de las influencias percibidas dentro del periodismo colombiano.

Restricciones e influencias asociadas a la percepción de autonomía profesional

Los diálogos actuales de paz entre el gobierno y la guerrilla de la FARC han impactado también el ejercicio de la libertad de prensa en Colombia, pues las amenazas contra periodistas se redujeron de 75 en 2013 a 71 en 2014 (Fundación para la Libertad de Prensa, 2014). Al analizar los valores de la media de cada uno de los reactivos de la escala de autonomía profesional (EAP) se encontró que los periodistas colombianos sienten actualmente libertad para publicar noticias relacionadas con las guerrillas (media = 4, 0), las víctimas del conflicto (media = 4,0), la pobreza (media = 4,2), la desigualdad social (media = 4,1) y los problemas ambientales (media = 4,2).

Estos resultados permiten establecer que los periodistas colombianos perciben, en esta etapa del conflicto, una mayor autonomía para informar sobre los actores armados en conflicto y sobre el impacto socioeconómico de la guerra en la población civil. Este hecho es favorable para la libertad de prensa, pues en años anteriores la realidad de las víctimas, la agudización de la guerra y las continuas violaciones al derecho internacional humanitario por las partes en conflicto tuvieron, por lo regular, poco eco en la prensa colombiana (Gómez-Isa, 2008).

No obstante, en esta coyuntura del conflicto persisten otras restricciones que afectan negativamente el desarrollo de la libertad de prensa. Los hallazgos revelan que en promedio los periodistas colombianos no sienten plena autonomía para publicar noticias relacionadas con el gobierno (media = 3,1), las

fuerzas armadas (media = 3,1), las bandas criminales (media = 3,9), la corrupción (media = 3,9) y las élites del poder político (media = 3,7) y económico (media = 3,8). Estos hallazgos son congruentes con los resultados obtenidos en la prueba de Spearman que se aplicó a los factores que emergieron de ambas escalas, donde se observó que a mayor percepción de «influencias políticas» en el periodismo colombiano, menor percepción de «autonomía para producir noticias y publicar información».[25]

Así mismo, se encontró que las «influencias corporativas» que agrupan aspectos organizacionales y económicos están asociadas negativamente con la percepción de «autonomía para producir noticias y publicar información».[26] La tabla 4.2 (véase anexo) presenta algunos factores de influencia asociados a estas restricciones percibidas en la autonomía profesional para cubrir informativamente temas relacionados con el contexto del conflicto armado colombiano.

La tasa local de periodistas asesinados, junto con las influencias a nivel político, económico y organizacional, afectan negativamente la percepción de autonomía para publicar noticias sobre la elite política, las fuerzas armadas, el gobierno y las bandas criminales. Se encontró, además, que la percepción de autonomía para publicar este tipo de noticias está asociada con la probabilidad de recibir acoso judicial durante el ejercicio de la labor periodística.

Autonomía e influencia percibidas por los periodistas colombianos

El presente estudio se trazó como objetivo analizar dos conceptos centrales relacionados con la libertad de expresión como son la autonomía y la influencia percibidas desde la óptica de los periodistas colombianos. Los resultados obtenidos demuestran que para ambas categorías se dan unas particularidades que están asociadas exclusivamente con el contexto nacional y que difieren de otros estudios efectuados en democracias más estables en el contexto internacional.

En relación con las influencias percibidas, el análisis factorial exploratorio (AFE) realizado en Colombia logró identificar, desde la escala de influencias percibidas (EIP), una matriz de cuatro factores de influencias a nivel político, profesional, corporativo y psicosocial. Este número de factores es menor a los niveles encontrados en otros países y explica en mayor proporción la varianza total de las influencias percibidas; además, revela cómo estos niveles varían su estructura en contextos de guerra como el de Colombia, haciendo que la labor informativa tenga características muy particulares.

La estructura factorial emergente redefine los niveles de influencia planteados, proponiendo un nuevo nivel denominado «influencias psicosociales»,

25 La relación entre estos factores es estadísticamente significativa y opera en sentido negativo ($r = -0.260^{**}$, $p = 0.000$; $r = -0.259^{**}$; $p = 0.000$), lo cual indica que las influencias políticas son percibidas por los periodistas encuestados como un factor de riesgo que está asociado con la disminución de la percepción de autonomía para producir noticias y publicar en Colombia.

26 La relación entre estos factores es estadísticamente significativa y opera en sentido negativo ($r = -0{,}149^{**}$, $p = 0{,}001$; $r = -0{,}268^{***}$, $p = 0{,}000$), lo cual indica que las influencias corporativas son percibidas por los periodistas encuestados como un factor de riesgo que está asociado con la disminución de la percepción de autonomía para producir noticias y publicar en Colombia.

que aglutina no solo a los grupos de referencia (familia, amigos, colegas), sino también a los valores, principios y creencias de los periodistas (Hanitzch et al., 2010). En otros estudios estos aspectos psicológicos son reconocidos dentro del nivel de influencia individual (Donsbach, 2009; Reese, 2001; Voakes, 1997). Incluso aquí podrían añadirse otros aspectos de referencia como las preocupaciones de seguridad y la influencia de organizaciones que trabajan en la protección de los periodistas (Relly y González de Bustamente, 2014).

De otro lado, en cuanto a las influencias organizacionales, procedimentales y económicas que tradicionalmente han sido analizadas de forma separada, los hallazgos revelan que en Colombia estos tres factores forman parte del mismo nivel, al cual denominamos influencias corporativas. Esto significa que los aspectos asociados con las influencias de la política editorial, los jefes, los intereses publicitarios, las expectativas de ganancias y los plazos y restricciones de tiempo, actúan de forma conjunta como una estructura comercial mancomunada que transforma a los medios informativos en instituciones empresariales al servicio de intereses económicos.

La fusión de estos dos niveles confirma la preocupación sobre el creciente interés de lucro que rodea a las organizaciones informativas, que cada vez más pierden poder crítico y capacidad de aportar al fortalecimiento de la democracia y la esfera pública (Hanitzch et al., 2010). En Colombia este problema es más intenso por el conflicto armado interno. En este escenario, los medios suelen privilegiar la fuente oficial para dar cuenta de los hechos de guerra (Arroyave, 2008; Arroyave y Barrios, 2012). En el contexto rural es común que la pauta publicitaria sea usada como un factor tanto por el gobierno como por el sector privado para direccionar los contenidos noticiosos (Barrios & Arroyave, 2007).

Las influencias de tipo profesional y político encontradas en el análisis factorial exploratorio (AFE) son congruentes con las teorías citadas que asocian las de tipo profesional con las legislaciones y convenciones culturales sobre el deber ser de la profesión, y las de tipo político con lo concerniente a la censura y a las influencias externas de actores del poder político y empresarial. Este último tipo de influencia es particularmente evidente en Colombia, no solo por las implicaciones políticas que rodean el mundo de los negocios, sino también porque en este país hay una alta concentración en la propiedad de los medios de comunicación (Fecolper, 2015).

En otro orden de ideas, las correlaciones aplicadas a los factores que emergieron del AFE revelan que en Colombia tanto las influencias políticas como las corporativas a nivel organizacional y económico son factores de riesgo que disminuyen la percepción de autonomía de los periodistas para producir y publicar noticias, coincidiendo con estudios de otros países democráticos que muestran hallazgos similares (Hanitzsch et al., 2012; Reich y Hanitzsch, 2013). Este hallazgo evidencia que estos factores inciden negativamente en la profesión periodística, independientemente de los factores de influencia externos del contexto social donde laboran los periodistas.

No obstante, en Colombia, lo político dentro del periodismo es un ámbito en donde se suele recibir con

frecuencia restricciones (Fundación para la Libertad, 2012; 2013; 2015). La gran mayoría de los ítems percibidos sin plena autonomía tienen que ver precisamente con actores del poder gubernamental, político y empresarial, lo que permite establecer que en Colombia lo político permea lo económico, y lo económico permea lo organizacional, operando como una espiral de censura y autocensura que afecta la libertad de prensa dentro y fuera de los medios informativos.

Asimismo, la tasa local de periodistas asesinados junto con las influencias a nivel político, económico y organizacional, son percibidos como factores de riesgo que afectan negativamente la autonomía para publicar noticias sobre la elite política, las bandas criminales y los actores del gobierno. Llama la atención que los periodistas con mayor autonomía para publicar noticias sobre el gobierno, las fuerzas armadas y las organizaciones criminales tuvieron mayor probabilidad de recibir acoso o persecución judicial durante el ejercicio de la labor periodística.

Lograr el fin del conflicto armado en Colombia pasa no solo por negociar la paz con los actores armados y hacer una mayor inversión social, sino también por fortalecer a la justicia para evitar que la impunidad siga afectando la libertad de prensa, pues de los 152 periodistas asesinados entre 1977 y 2015, el 47 % de estos casos prescribieron, y se genera un efecto inhibitorio que ha traído consecuencias nocivas para la democracia y el periodismo, pues muchos periodistas se autocensuran ante ciertos temas por miedo también a ser asesinados (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2015).

Preparar el país para el posconflicto implica también ofrecer mayores garantías estatales de seguridad para el ejercicio de la libertad de prensa. Esto es un reto para el gobierno colombiano, que según la Fundación para la Libertad de Prensa amenaza continuamente a los periodistas con no renovar los contratos publicitarios si publican noticias sobre el mal desempeño de los funcionarios públicos y las instituciones del Estado (Guerrero, 2010; Fundación para la Libertad de Prensa, 2012).

La falta de reglas claras sobre cómo distribuir la pauta oficial ha potenciado los abusos de los gobiernos y de los mismos periodistas, generando un detrimento en la opinión pública (Guerrero, 2010). Esto explica por qué las influencias económicas, políticas y organizacionales afectan negativamente la autonomía periodística, pues el periodismo colombiano es un oficio sensiblemente influenciado por el negocio de la publicidad, que permea las relaciones entre las organizaciones informativas y el mundo de la política.

Brindar garantías estatales para el desarrollo de la libertad de prensa y de expresión implica también parar los acosos judiciales y gubernamentales contra los periodistas. Si bien las amenazas se redujeron, los casos de acoso judicial contra los periodistas, al igual que los espionajes a sus correos y teléfonos por las centrales de inteligencia militar y policial, se han convertido en las nuevas modalidades de violación a la libertad de prensa en Colombia (Fundación para la Libertad de Prensa, 2012; 2014).

Anexos: Diseño metodológico y tablas con información de resultados

Se realizó un AFE a la escala EIP. La prueba de esfericidad de Barlett arrojó un chi cuadrado aproximado de 5270,549 con gl = 300 y un p-value = 0,000, indicando que el modelo factorial de influencias percibidas es adecuado para explicar los datos de la muestra. Así mismo, el determinante fue igual a 0,00001803 con un coeficiente de Kaiser Meier Olkin (KMO) de 0,901, lo cual revela una buena interrelación y adecuación muestral. La tabla 1 revela los datos de la matriz factorial emergente. La tabla 2 muestra la relación que tienen los niveles de influencia con la percepción de autonomía para publicar noticias vinculadas al conflicto armado colombiano.

Tabla 4.1. Matriz de estructura de la EIP con rotación Promax

Ítems	Comunalidad	C. ítem-total	Influencias políticas	Influencias corporativas	Influencias psicosociales	Influencias profesionales
Valores y creencias	0,599	0,280	-0,132	0,112	0,754	0,024
Compañeros de trabajo	0,612	0,514	0,065	0,297	0,708	0,133
Jefes directos, editores	0,745	0,620	0,099	0,799	0,193	0,244
Altos directivos, dueños del medio	0,737	0,628	0,218	0,799	0,130	0,186
Política editorial	0,612	0,547	0,167	0,737	0,102	0,174
Anunciantes e intereses publicitarios	0,617	0,610	0,491	0,600	0,068	0,102
Expectativas de ganancia económica	0,546	0,628	0,446	0,539	0,199	0,134
Plazos y restricciones de tiempo	0,423	0,457	0,079	0,549	0,046	0,337
Consideraciones religiosas o espirituales	0,553	0,454	0,195	0,059	0,708	0,102

Ítems	Comunalidad	C. ítem-total	Influencias políticas	Influencias corporativas	Influencias psicosociales	Influencias profesionales
Amigos, conocidos o familiares	0,722	0,554	0,395	0,041	0,748	0,067
Colegas de otros medios	0,583	0,585	0,436	0,051	0,573	0,248
Retroalimentación de la audiencia	0,510	0,445	-0,029	0,141	0,390	0,581
Relación con otros medios de la competencia	0,537	0,657	0,307	0,307	0,342	0,481
Legislación de medios	0,511	0,469	0,092	0,215	0,088	0,670
Funcionarios de gobierno	0,812	0,644	0,863	0,198	0,115	0,123
Políticos	0,834	0,640	0,875	0,229	0,084	0,096
Empresarios	0,825	0,660	0,859	0,244	0,076	0,146
Relación con la fuente noticiosa	0,677	0,593	0,335	0,232	-0,001	0,715
Acceso a información	0,712	0,522	0,143	0,214	0,009	0,804
Grupos de presión	0,532	0,605	0,572	0,111	0,231	0,372
Alfa de Cronbach	–	–	0,88	0,84	0,79	0,75
Varianza explicada (R-cuadrado ajustado)	–	–	35,34 %	7,57 %	7,28 %	4,73 %

Tabla 4.2. Influencias relacionadas con las restricciones a la autonomía profesional

	Autonomía para publicar sobre la elite política	Autonomía para publicar sobre las fuerzas armadas	Autonomía para publicar sobre el gobierno	Autonomía para publicar sobre bandas criminales	Autonomía para publicar sobre corrupción
Influencias políticas	−0,141**	−0,161**	−0,136**	−0,141**	−0,275**
Influencias económicas	−0,199**	−0,230**	−0,163**	−0,206**	−0,221**
Influencias organizacionales	−0,239**	−0,257**	−0,205**	−0.176**	−0,211**
Acoso judicial	−0,066	−0,115**	−0,057**	−0,091*	−0,083
Tasa local de periodistas asesinados	−0,206**	−0,158**	−0,213**	−0,141**	−0,221**

Correlación de Spearman (* p ‹ 0,05; ** p ‹ 0,01; *** p ‹ 0,001).

Este capítulo se fundamenta en una investigación cuantitativa de tipo correlacional-exploratorio, que pretende analizar la autonomía profesional y las influencias en la labor informativa como dos categorías importantes en el periodismo relacionadas con la toma de decisiones de los periodistas frente a la producción de noticias. La investigación forma parte del proyecto internacional Worlds of Journalism Study (WJS).

La población analizada es conformada por periodistas activos que laboran en medios informativos de Colombia. La carencia de un censo nacional de periodistas hizo pertinente la definición de una muestra por cuotas de 546 periodistas. Las cuotas se establecieron a partir del tipo de medio y la ubicación geográfica donde laboran los periodistas; ambos criterios son señalados en algunas investigaciones como aspectos que influyen en la percepción de autonomía periodística (Mellado y Humanes, 2012; Weaver y Wilhoit, 1996). Este tipo de muestreo cumple con los criterios estadísticos para hacer un

Tabla 4.3. Distribución muestral por tipo de medio

Tipo de medio	Número de medios participantes	Periodistas incluidos en la muestra	Porcentaje
Prensa	51	204	37,4
Radio	29	164	30,0
Televisión	22	118	21,6
Agencia de noticias	4	13	2,4
Portal digital de noticias	7	35	6,4
Revista	7	12	2,2
Totales	120	546	100

análisis factorial exploratorio, del que se espera entre 5 y 10 sujetos por ítem y como mínimo trescientos participantes (Tabachnick y Fidell, 2013; Nunnally y Bernstein, 1995).

Con relación al tipo de medio informativo, se incluyeron en la muestra periodistas de prensa, radio, televisión, agencias de noticias, revistas y portales de noticias *online* (tabla 4.3). La definición del número de periodistas por cada medio es congruente con la tasa porcentual de medios informativos en Colombia establecida desde los directorios electrónicos de Mediatico.com, Colombia.com y la web de la Presidencia de la República de Colombia.

En cuanto a la ubicación geográfica, se seleccionaron periodistas que ejercen su oficio en las capitales de departamentos que forman parte de las tres regiones de Colombia (andina, Caribe y pacífica) con las mayores tasas de homicidios intencionales contra periodistas.[27] La distribución muestral se hizo tomando como referencia el número de habitantes de las ciudades capitales (tabla 4.4),[28] definido por el Departamento Nacional de Estadísticas a partir del censo nacional y con la proyección estimada de crecimiento poblacional hasta 2016.

El proceso de recolección de información se realizó por un cuestionario compuesto por dos escalas: la escala de influencias percibidas (EIP) y la escala de autonomía profesional (EAP). La versión en inglés de ambos cuestionarios fue elaborada por el equipo internacional de expertos del WJS, posteriormente fueron traducidos a diferentes idiomas con expertos bilingües vinculados a este proyecto (tabla 4.5).

En términos metodológicos, la EAP evalúa la percepción de autonomía profesional mediante 13 ítems, de los cuales los nueve primeros forman parte de la versión en español traducida y complementada por el equipo latinoamericano del WJS; los cuatro ítems restantes fueron incluidos exploratoriamente, teniendo en cuenta los actores y problemas sociales que afectan la labor periodística en Colombia, ampliamente documentados en los informes de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP). Los ítems de este cuestionario cuentan con cinco opciones de

27 El Centro Nacional de Memoria Histórica (2015), en su informe sobre la violencia contra los periodistas en Colombia, señala que entre 1977 y 2015 fueron asesinados 152 periodistas. El 73,6 % de estos asesinatos ocurrieron en departamentos de las regiones andina, Caribe y pacífica, entre los que sobresalen: Valle del Cauca (32 homicidios) Antioquia (21), Santander (12), Cundinamarca (9), Magdalena (7), Córdoba (6), Bolívar (6), Sucre (5), Caldas (4), Cesar (3), Atlántico (2), Risaralda (2), Guajira (2), Chocó (1).

28 Bogotá D. C. es la capital de Colombia y del departamento de Cundinamarca. Es la ciudad más poblada de Colombia, con un total de 7.980.001 habitantes y concentra aproximadamente el 42,5 % del total de habitantes de las ciudades capitales incluidas en la muestra; por esa razón se incluyó un número mayor de periodistas de esta ciudad.

respuesta tipo Likert que van de 1 (ninguna libertad) hasta 5 (completa libertad).

La otra escala usada en esta investigación fue la EIP, construida por un equipo de expertos del WJS a partir de los temas emergentes de las entrevistas realizadas en este proyecto internacional, a no menos de 2100 periodistas de 413 organizaciones informativas de 21 países. Este cuestionario cuenta con 25 ítems, cada uno con cinco opciones de respuesta tipo Likert que oscilan entre 1 (no influyente) y 5 (extremadamente influyente). Se añadieron al cuestionario dos variables asociadas a las modalidades más frecuente de agresiones contra la libertad de prensa en Colombia: la tasa local de homicidios contra periodistas y la frecuencia de acoso o persecución judicial (Fundación para la Libertad de Prensa, 2012; 2015).

Tabla 4.4. Distribución muestral por ciudad

Ciudades capitales de la muestra (n = 14)	Departamento (n = 14)	Región (n = 3)	Número de periodistas seleccionados (n = 546)	Porcentajes
Cali	Valle	Pacífica	104	19,0
Quibdó	Chocó	Pacífica	8	1,5
Medellín	Antioquia	Andina occidental	62	11,4
Bucaramanga	Santander	Andina oriental	14	2,6
Bogotá D. C.	Cundinamarca	Andina centro	232	42,5
Manizales	Caldas	Andina cafetera	10	1,8
Pereira	Risaralda	Andina cafetera	9	1,6
Santa Marta	Magdalena	Caribe	13	2,4
Montería	Córdoba	Caribe	9	1,6
Cartagena	Bolívar	Caribe	27	4,9
Sincelejo	Sucre	Caribe	7	1,3
Valledupar	Cesar	Caribe	11	2,0
Barranquilla	Atlántico	Caribe	33	6,0
Riohacha	Guajira	Caribe	7	1,3

Tabla 4.5. Información de las variables y dimensiones de las escalas EAP y EIP

Dimensiones tradicionales	Variables de influencia (ítems)	Alfa de Cronbach	Fuente
Escala EIP			
Influencias políticas	Funcionarios de gobierno, políticos, empresarios, censura	0,84	Hanitzsch et al. (2010)
Influencias económicas	Anunciantes e intereses publicitarios, expectativas de ganancia económica, las investigaciones de audiencias y mercados	0,81	
Influencias organizacionales	Los jefes directos o editores, los altos directivos/dueños del medio, la política editorial	0,71	
Influencias de los grupos de referencia	Compañeros de trabajo, amigos, conocidos o familiares, colegas de otros medios	0,78	Hughes et al. (2016)
Influencias profesionales	Legislación de medios, la ética periodística, la retroalimentación de la audiencia, la relación con otros medios de la competencia, la relación con la fuente noticiosa, el acceso a información	0,62	
Influencias de procedimiento	Plazos y restricciones de tiempo, disponer de fondos o recursos para obtener información	0,58	
Influencias individuales	Valores y creencias personales, las consideraciones religiosas o espirituales	No reportado	Donsbach (2009), Shoemaker y Reese (2013)
Escala EAP			
Percepción de autonomía para producir noticias	Libertad para seleccionar noticias/historias, libertad para decidir los aspectos que deben ser enfatizados en la noticia/historia	0,88	Hughes et al. (2016)
Percepción de autonomía para publicar información	Libertad para publicar noticias sobre: elite política, bandas criminales, clero o Iglesias, minorías raciales, fuerzas armadas, pobreza, desigualdad social, gobiernos, elite económica, guerrillas, problemas ambientales, víctimas del conflicto	0,83	

Para establecer los niveles de influencias percibidas se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) a las escalas EAP y EIP usando el método de ejes principales con rotación Promax (kappa = 4). Las dimensiones y niveles de estos dos constructos se definieron solo con aquellos factores que presentaron autovalores superiores a 1 y reactivos (ítems) con cargas factoriales mayores o iguales a 0,40 y comunalidades mayores o iguales a 0,30 (Méndez y Rondón, 2012).

Los reactivos que no cumplieron con los criterios anteriores fueron descartados, al igual que los que presentaron cargas factoriales similares en dos o más factores. La confiabilidad de los factores o niveles emergentes del AFE aplicado a las escalas, se determinó con el reporte de la consistencia interna (alfa de Cronbach), que considera aceptables los valores iguales o superiores a 0,70 (Hair, Black, Babin y Anderson, 2014).

Para analizar los factores de influencia que están asociados a la percepción de autonomía profesional se aplicó la prueba de correlación de Spearman. Las restricciones a la autonomía profesional fueron evaluadas a partir de los valores de la media de cada uno de los reactivos de la EAP. Los valores menores a 4,0 fueron considerados temas noticiosos con restricciones.

Chile

Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México

Claudia Mellado, Mireya Márquez, Martín Oller Alonso, Jacques Mick, Adriana Amado

Los estudios sobre los roles profesionales en el periodismo tradicionalmente se han enfocado en la concepción o percepción que los periodistas tienen de sus funciones en la sociedad (Mellado et al., 2017), especialmente en países particulares. Recién en las dos últimas décadas se comenzó a indagar sobre los roles profesionales desde un punto de vista comparativo (Donsbach y Patterson, 2004; Hanitzsch et al., 2011; Weaver y Willnat, 2012). No obstante, aún no existe suficiente investigación que compare las culturas de periodismo en diferentes regiones y sistemas políticos y de medios, y que permita comprender cómo los distintos roles profesionales del periodismo se materializan en la práctica. Un caso evidente es el de Latinoamérica, región con escasa tradición investigativa en este campo académico.

A partir de las limitaciones de los estudios comparativos sobre culturas periodísticas basados solo en la concepción o percepción de los roles profesionales de los propios periodistas, diferentes investigadores comenzaron a discutir la necesidad de examinar cómo estos roles profesionales se reflejan en lo que el público lee, mira o escucha (Tandoc, Hellmueller y Vos, 2012; Mellado y Van Dalen, 2013; Mellado, 2015; Carpenter, Bohemer y Fico, 2015; Phil-Thingvad, 2015). Mientras el estudio de los ideales periodísticos aborda el análisis de las culturas periodísticas a un nivel más abstracto y evaluativo, el estudio del desempeño del rol profesional se ocupa de «los comportamientos (acciones, procesos o conjunto de reacciones) influenciados por grupos de referencia, situación que provoca la realización de una tarea o función en un grupo específico, organización o sociedad» (Mellado, 2015, p. 596).

El proyecto Journalistic Role Performance Around the Globe (JRP) compara la puesta en práctica de distintos roles periodísticos a partir del análisis de contenido de noticias en la prensa nacional de países con diferentes contextos políticos y sociales. Se basa en los estudios de Mellado (2015), Mellado y Van Dalen (2014), Tandoc et al. (2013) y Vos (2005). Mellado, específicamente, propone analizar la «*performance* periodística» a través de tres grandes dominios: la presencia de la voz del periodista en las noticias, las relaciones de poder y la forma en que el periodismo aborda a la audiencia. Esta aproximación permite establecer seis modelos de periodismo: el periodismo intervencionista, el vigilante (conocido como *watchdog*), el leal o facilitador, el periodismo de servicio, el de infoentretenimiento y el periodismo cívico. Cada uno de estos modelos se define por ciertas características que se expresan en indicadores para el análisis (Mellado, 2015, pp. 601 ss.):

* Periodismo diseminador/intervencionista (*Intervention*): cuando este tipo de periodismo está presente en las noticias, el periodista toma partido en la historia, opinando o entregando juicio de valor sobre aquello que informa, utiliza la interpretación como parte de su narrativa, propone y demanda cambios en cualquier ámbito. Además, es un estilo de periodismo que tiende a emplear el uso de adjetivos y la primera persona.

* Periodismo vigilante (*Watchdog)*: este rol se manifiesta en cómo la prensa vigila y monitorea a aquellos en el poder, sobre todo casos de corrupción, fraudes o delitos de actores de poder, basándose principalmente en expedientes judiciales o investigaciones de terceros. Dentro de este modelo, tanto el periodista como las fuentes pueden informar al público sobre el estado de los juicios en los cuales el poder político o económico está involucrado, cuestionar la validez y veracidad de los hechos que estos plantean, criticar los actos de aquellos en el poder o denunciar ilícitos. Asimismo, puede mostrar las relaciones de conflicto entre el periodista/medio y el poder fiscalizador, así como basarse en modelos de periodismo investigativo más duros o en investigaciones externas realizadas por terceros.

* Periodismo leal facilitador (*Loyal-Facilitator)*: este tipo de periodismo se enfoca, por una parte, en la actividad del poder político y económico manifestándose a través del apoyo expreso a actividades institucionales o políticas públicas y la difusión de una imagen positiva de las elites. En una segunda vertiente, este tipo de periodismo tiene una orientación de lealtad hacia el estado nación, donde el patriotismo, la comparación con el mundo, los triunfos nacionales o el progreso del país son elementos clave.

* Periodismo de servicio (*Service)*: Se dirige a la audiencia en su condición de cliente de bienes y servicios en general, combinando la información de consumo con consejos para la vida cotidiana.

* Periodismo de infoentretenimiento (*Infotainment)*: este tipo de periodismo aborda al público como espectador de los medios a los que intenta atraer con una narrativa que recurre a la personalización, el tratamiento de cuestiones de vida privada o escándalos, con un fuerte componente de sensacionalismo, emociones o morbo.

* Periodismo cívico (*Civic)*: esta práctica periodística se dirige al ciudadano desde la perspectiva de sus derechos cívicos, por lo que considera especialmente las manifestaciones sociales, los eventos políticos y la expresión de voces ciudadanas, distintas a las institucionales en el poder.

Investigación y metodología

En este capítulo se examinan algunos datos obtenidos en el marco del proyecto JRP sobre la puesta en práctica de los roles periodísticos en cinco países latinoamericanos, todos ellos democracias formales (Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México). Para analizar la aparición de distintos indicadores que componen los roles profesionales, se realizó un análisis de contenido de noticias publicadas entre enero de 2012 y diciembre 2013 en los principales periódicos nacionales en cada país, observando cómo los roles profesionales se materializan en los contenidos mediáticos de los diferentes países.

Los diarios escogidos son representativos por trayectoria y actualidad de cada sistema de medios analizado. El estudio eligió analizar diarios porque, más allá de los niveles de audiencia en comparación con el resto de los sistemas de medios (TV, radio, web, vía pública), siguen marcando la agenda mediática (Mellado et al., 2016, p. 6) La tabla 5.1 muestra la cantidad de noticias analizadas por diario, la orientación política de cada medio (derecha, centro, izquierda), así como su orientación de mercado, según su público o *target* (elite, popular).

Tabla 5.1. Distribución de los diarios por cantidad de noticias, países, orientación política y de mercado

Diarios	Noticias	País	Orientación política	Orientación de mercado
El Mercurio	1067	Chile	Derecha	Elite
La Tercera	879	Chile	Derecha	Elite
LUN	381	Chile	Derecha	Popular
La Cuarta	255	Chile	Derecha	Popular
O Globo	834	Brasil	Derecha	Elite
O Estado de S. Paulo	745	Brasil	Derecha	Elite
Zero Hora	310	Brasil	Derecha	Elite
Folha de S. Paulo	860	Brasil	Centro	Elite
El Telégrafo	258	Ecuador	Izquierda	Elite
El Universo	255	Ecuador	Derecha	Popular
El Comercio	361	Ecuador	Derecha	Elite
Reforma	1026	México	Derecha	Elite
La Jornada	1192	México	Izquierda	Elite
La Prensa	791	México	Centro	Popular
Clarín	1247	Argentina	Centro	Popular
La Nación	802	Argentina	Derecha	Elite
Página/12	682	Argentina	Izquierda	Elite

Hallazgos: modelos y tendencias

La cuantificación de indicadores permite analizar la presencia de la voz periodística en las historias analizadas, como surge de los datos descriptivos de la tabla 5.2. Los resultados muestran que, en términos globales, el modelo *intervencionista* está más presente en Argentina y Chile, que en Brasil, Ecuador y México. Cuando se analizan los indicadores por separado, el uso de adjetivos, la interpretación y la opinión son los que más aparecen en todos los países. En el caso argentino, en más del 20 % de las noticias analizadas el periodista presenta una opinión sobre el tema de la historia expresando un juicio de valor al respecto. El uso de adjetivos calificativos es particularmente alto en Argentina y en Chile, con presencia en dos tercios de las noticias.

En cuanto a las propuestas o demandas de los periodistas en relación con una determinada acción, si bien los porcentajes no son altos a nivel general, se observa una presencia algo mayor en Chile, Brasil y México con respecto a Argentina y Ecuador, casos en que este indicador se observa en menos del 2 % de las noticias analizadas. En todos los países el uso de la primera persona es mínimo.

Relaciones de poder

Con respecto al modelo *watchdog* o vigilante (tabla 5.3), se observa una mayor presencia en Brasil y México. No obstante, el análisis de la presencia de los distintos indicadores muestra diferencias en las

Tabla 5.2. Modelo intervencionista en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,29/0,206	0,12 /0,182	0,23/0,194	0,12/0,161	0,14/0,214
Opinión del periodista	20,2 %	8,8 %	14,5 %	12,5 %	15,9 %
Interpretación	44,6 %	30,2 %	24,8 %	42,2 %	13,7 %
Propuesta/Demanda	1,9 %	4,0 %	6,2 %	1,9 %	4,6 %
Adjetivos	71,8 %	16,9 %	67,3 %	4,7 %	33,9 %
Primera persona	1,7 %	1,3 %	2,4 %	1,0 %	1,4 %

Tabla 5.3. Modelo vigilante en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,08/0,119	0,09/0,136	0,01/0,016	0,04/0,039	0,09/0,128
Información de expedientes	14,5 %	15,9 %	2,4 %	6,1 %	10,4 %
Cuestionamiento del periodista	6 %	7,3 %	1,1 %	8,5 %	3,6 %
Cuestionamiento de un tercero	10,8 %	12,7 %	3,0 %	9,0 %	15,2 %
Crítica del periodista	6,1 %	3,0 %	0,3 %	2,2 %	3,1 %
Crítica de un tercero	19,6 %	15,2 %	5,3 %	3,5 %	18,5 %
Denuncia del periodista	2,5 %	3,7 %	0,2 %	0,2 %	3,3 %
Denuncia de un tercero	11,6 %	10,4 %	1,2 %	1,8 %	15,9 %
Investigación externa	4,1 %	12,7 %	1,0 %	1,0 %	9,2 %
Conflicto con el poder	0,8 %	2,0 %	0,1 %	3,5 %	0 %

prácticas. Por ejemplo, las noticias de la prensa de Argentina y de Brasil incluyen más información sobre procesos judiciales o administrativos contra individuos o grupos de poder, en comparación con el resto de los países analizados.

En cuanto a los cuestionamientos sobre datos o declaraciones y críticas emitidos por el periodista, las noticias de Brasil y Ecuador tienen una presencia mayor. En el porcentaje de inclusión de denuncias por el periodista que ponen de manifiesto hechos ocultos o ilegales, la presencia en la prensa ecuatoriana y chilena cae con respecto a México, Brasil y Argentina. En los países bajo análisis, los cuestionamientos, críticas o denuncias realizados por terceros tienen mayor presencia que los que están a cargo del periodista; México, Brasil y Argentina son los países con mayor presencia de estos indicadores en sus noticias. Esta situación puede darse porque el periodista, al no poder expresar estos cuestionamientos, críticas o denuncias, lo logra a través del uso de fuentes que lo digan. Los porcentajes de críticas y denuncias de otros, en efecto, duplican o más las realizadas por el periodista. Esta diferencia se observa especialmente en los casos de Argentina y México, donde la crítica o denuncia expresada por un tercero cuadriplica a las realizadas por el propio periodista. En cuanto a las noticias que se basan en investigaciones externas, los casos de Brasil y México se ponen a la delantera, donde en una de cada diez noticias se observa este indicador. En términos comparativos, el rol de *watchdog* está prácticamente ausente de la cobertura general y cotidiana de la prensa chilena.

Respecto al modelo *leal facilitador*, este muestra más presencia en la prensa ecuatoriana que en la de

Tabla 5.4. Modelo leal facilitador en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,03/0,083	0,03/0,137	0,01/0,045	0,07/0,140	0,04/0,113
Defensa/apoyo actividades	6,1 %	3,7 %	1,9 %	8,2 %	5,3 %
Defensa/apoyo política	4,2 %	2,2 %	0,9 %	8,5 %	4,8 %
Imagen positiva de la elite política	3,8 %	1,2 %	1,6 %	13,2 %	8,5 %
Imagen positiva de la elite económica	2,7 %	2,9 %	0,5 %	2,3 %	2,2 %
Progreso /éxito	2,7 %	6,2 %	1,8 %	12,4 %	5,4 %
Comparación con el resto del mundo	3 %	5,4 %	1,7 %	1,7 %	1,8 %
Triunfos nacionales	2 %	4,0 %	1,2 %	2,5 %	1,7 %
Promoción de la imagen del país	1,3 %	3,4 %	0,9 %	8,7 %	2,6 %
Patriotismo	1 %	0,8 %	0,9 %	8,4 %	1,5 %

los demás países (tabla 5.4), lo que se explica porque el periodismo ecuatoriano ha internalizado prácticas tales como subordinarse a la prensa partidaria o las fuentes gubernamentales (Oller y Amado, 2016, p. 81). En Argentina y Chile, la puesta en práctica de este rol es mínima, al menos en términos explícitos dentro de la cobertura periodística. Los casos mexicanos y brasileños se ubican en una situación intermedia.

Cómo el periodismo aborda a la audiencia

Tal y como se mencionó en la introducción de este capítulo, la forma en que el periodismo aborda a la audiencia puede materializarse en al menos tres formas. El periodismo de servicio, en este caso, tiene baja presencia en los países latinoamericanos analizados (tabla 5.5). Comparativamente, la mayor presencia de este modelo se da en Ecuador, con noticias sobre temas de impacto en la vida cotidiana, recomendaciones sobre problemas con el entorno (quejas) y consejos sobre riesgos personales. Estos datos pueden estar relacionados con la legislación de dicho país, que encomienda a los medios proveer contenidos de utilidad práctica a las audiencias.

Por su parte, el modelo de *infoentretenimiento* se observa predominantemente en Chile y Argentina (tabla 5.6), sobre todo en lo referente a indicadores como sensacionalismo y personalización. En las noticias de Brasil también se observa un porcentaje mayor de noticias centradas en características personales. Asimismo, está presente en una de cada diez noticias en Argentina, Chile y Ecuador. Argentina tiene los porcentajes más altos en noticias centradas en la vida privada, mientras que en Chile esto sucede en el caso del sensacionalismo y las emociones, quizás en parte por el aporte que la prensa popular da al *show* televisivo. Finalmente, la prensa argentina presenta un número mayor de noticias en las que se brindan detalles de crímenes (morbo), seguido de México. Estos dos países también tienen mayor presencia de escándalos, eventos ilegítimos o inmorales. En el caso de Argentina, estos altos indicadores se explican porque los temas de inseguridad ciudadana cobraron un fuerte protagonismo en la agenda de los diarios, motivado por el aumento de los índices de delitos, lo que puso el tema en el tope de las preocupaciones de la opinión pública.

Tabla 5.5. Modelo de servicio en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,4/0,130	0,04/0,127	0,04/0,115	0,13/0,216	0,03/0,104
Impacto en la vida cotidiana	8,4 %	6,9 %	5,1 %	23,7 %	6,8 %
Consejos (quejas)	2,4 %	1,6 %	1,4 %	13,3 %	1,6 %
Consejos (riesgos individuales)	2,6 %	1,9 %	2,7 %	8,8 %	1,2 %
Consejos de consumo	4,0 %	4,6 %	6,0 %	4,8 %	1,6 %

Tabla 5.6. Modelo infoentretenimiento en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,9/0,167	0,05/0,112	0,08/0,154	0,05/0,126	0,04/0,112
Personalización	10,2 %	15,6 %	12,5 %	12,9 %	1,9 %
Vida privada	10,7 %	4,6 %	4,2 %	3,1 %	1,7 %
Sensacionalismo	12,4 %	0,8 %	15,1 %	2,5 %	6,9 %
Escándalo	3,4 %	2,2 %	1,1 %	2,5 %	3,0 %
Emociones	8,6 %	3,6 %	14,7 %	8,4 %	4,7 %
Morbo	7,1 %	0,7 %	1,4 %	0,8 %	3,0 %

Finalmente, respecto a la presencia del *rol cívico u orientado al ciudadano* (tabla 5.7), los datos obtenidos indican una mayor presencia en México, Ecuador y Argentina en términos generales. En estos tres países existe una mayor inclusión de la voz ciudadana en las noticias, dando lugar a sus argumentos y demandas en torno a diferentes temas. Los resultados de México podrían explicarse por la tradición cívica asumida por dos diarios de la muestra (Huges, 2006). En el caso de Ecuador, por la adecuación a la nueva legislación sobre los medios impulsada por el gobierno, que promueve la misión del periodismo como servicio público (Oller et al., 2015). Los resultados de Argentina, por su parte, pueden obedecer a la intención de los diarios enfrentados al Gobierno de dar lugar a voces opositoras que surgieron desde la sociedad civil con protestas y demandas que no se lograron canalizar a través de actores políticos tradicionales (De Piero y Gradin, 2015).

Chile, curiosamente, es la contracara, con un escaso porcentaje, comparativamente hablando, de noticias en donde se dé espacio a perspectivas y demandas de la ciudadanía, ya sea que esta se encuentre organizada o no. La educación en deberes y derechos se observa en mayor medida en Ecuador y México.

Tabla 5.7. Modelo cívico en la prensa latinoamericana

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Media / SD	0,07/0,158	0,05/0,110	0,03/0,071	0,08/0,170	0,08/0,154
Perspectiva ciudadana	13,3 %	4,7 %	5,2 %	19,3 %	11,1 %
Demanda ciudadana	10,8 %	4,3 %	1,3 %	7,9 %	8,8 %
Credibilidad a los ciudadanos	13,2 %	1,8 %	0,6 %	8,6 %	6,0 %
Impacto local	6,6 %	7,4 %	4,0 %	15,8 %	10,1 %
Educación en deberes y derechos	1,8 %	3,0 %	2,0 %	3,2 %	3,5 %

Culturas periodísticas latinoamericanas en contexto

Los contextos políticos y económicos, así como las tradiciones y culturas periodísticas y las características del sistema de medios, son variables a considerar a la hora de analizar el desempeño del rol periodístico en diferentes sistemas de medios y, en este caso, en los países latinoamericanos (Hallin y Mancini, 2004). El modelo con mayor presencia en la región es el intervencionista, con mayores porcentajes en Argentina y Chile, seguidos por Brasil. La tradición de periodismo de investigación en Brasil (Herscovitz, 2004; Matos, 2008) podría explicar la mayor presencia del modelo vigilante en los datos que arroja el estudio, prácticamente ausente en Chile. Aunque la presencia del periodismo de investigación es escasa en Latinoamérica en general y, como ya se mencionó, los indicadores de cuestionamientos, críticas y denuncias de terceros más que las del propio periodista.

En el caso, por ejemplo, de Argentina y Ecuador, la tensión abierta entre los gobiernos nacionales y los medios de comunicación en esos países podría explicar que el periodista ceda el lugar de control del poder a terceros y prefiera publicar las denuncias de otros actores antes que sus propias investigaciones. Este punto podría mostrar nuevas formas de influencia del contexto político en la concepción y el desempeño de los periodistas, en tanto no hace falta recurrir a la censura directa para recortar las funciones de investigación del periodismo (Amado y Waisbord, 2015; Oller et al., 2015). Una forma de evitar represalias del poder es recurrir a las voces de terceros para denunciarlo. Esta tensión también podría explicar la mayor presencia en estos países de voces ciudadanas, muchas veces enfrentadas al gobierno, como forma indirecta de realizar una crítica al poder, mientras el periodista se hace voz de las fuentes oficiales, como se observa en mayor proporción en Ecuador que en el resto de los países. Así, puede convivir un periodismo leal facilitador, que se apega a la versión del poder en lo que hace a las actividades y políticas públicas mientras que el periodismo de investigación se apoya en voces alternativas a las oficiales.

Aunque no puede establecerse una caracterización uniforme de la prensa latinoamericana, sí pueden detectarse estilos que guardan relación con las características del contexto político y económico, como la concentración del mercado de medios, especialmente en Argentina, Brasil y México (Hughes, 2006; Becerra y Mastrini, 2009). Un sistema mediático concentrado no ofrece contextos de pluralismo ni condiciones de competencia suficientes para garantizar condiciones para que el periodista pueda ejercer su tarea, lo que va en desmedro de las posibilidades de realizar investigaciones de calidad y en profundidad. La vinculación entre poderes político y/o económico y los medios de comunicación, por ejemplo, en México, Chile o Brasil, genera prácticas contractuales y patrimonialistas que muchas veces van en desmedro de un periodismo orientado a las audiencias (Guerrero y Márquez Ramírez, 2014; Waisbord, 2013).

Factores externos como la debilidad de las instituciones democráticas, los condicionamientos económicos, la corrupción y la irrupción de protestas sociales no canalizadas institucionalmente, hacen que el periodismo latinoamericano se encuentre fuertemente condicionado.

Este es un primer esbozo de los datos descriptivos arrojados por el proyecto internacional en cinco países latinoamericanos. Queda por analizar en qué medida diferentes factores individuales, organizacionales y extraorganizacionales influyen sobre el desempeño de distintos modelos de periodismo, así como la brecha entre la retórica y la práctica profesional.

Ecuador
La identidad del periodista ecuatoriano: perfil, situación y percepción profesional

Martín Oller Alonso y Palmira Chavero Ramírez

En este capítulo se presenta al lector un análisis de la cultura periodística de Ecuador basado en el estudio del perfil psicográfico del periodista, su situación profesional y su percepción de los roles profesionales, la ética periodística, la autonomía profesional, las influencias contextuales y los niveles de confianza en las principales instituciones del país. La importancia del periodista, y de su análisis, en todo el proceso periodístico radica en el hecho de que actúa como agente referencial dentro de los medios de comunicación en los que trabaja. A su vez, estos últimos forman parte del sistema mediático, que constituye la columna vertebral de la cultura periodística ecuatoriana, definida por su contexto social, económico, político, cultural y tecnológico.

El perfil de los periodistas en Ecuador se construye a través, en primer lugar, de su situación personal y profesional y, en segundo lugar, de sus percepciones configuradas a partir de la apropiación material, la captación sensorial y la aprehensión de los conceptos e ideas de su entorno. La miscelánea de estos factores posibilita, o no, a los periodistas crear una identidad de grupo/gremio basada en el compromiso común y el convenio profesional, y actuar en función de esa identidad grupal.

Este trabajo se incluye en el proyecto Worlds of Journalism Studies (WJS) que se está llevando a cabo en 67 países y que cuenta con más de 27.000 encuestas realizadas a periodistas alrededor del mundo. Con el objeto de conocer y comprender en mayor medida a los periodistas en Ecuador se analizaron los datos recabados en las encuestas aplicadas cara a cara, por *email* y *online* durante el primer semestre

de 2015 a un total de 372 profesionales[29] en activo en 144 medios y agencias de comunicación del país. De este modo se pretende facilitar a los periodistas, los investigadores, los estudiantes y demás interesados en esta área, un mapa lo más aproximado posible de quiénes y cómo son los periodistas, qué situación tienen dentro de los medios de comunicación ecuatorianos y qué percepciones personales determinan su trabajo.

Para este estudio se analizaron, en primer lugar, los perfiles psicográficos y la situación de los periodistas dentro del medio de comunicación, teniendo en cuenta para ello variables como: el nivel de educación, la especialización en periodismo, el género, la edad, la tendencia política, la etnia, la filiación religiosa, el salario, el cargo profesional, la posición permanente o temporal, la membresía a una asociación profesional, la sección informativa, el rango profesional, los años de experiencia y, finalmente, el tipo, el alcance y la propiedad del medio de comunicación en el que desarrolla su actividad profesional. Estas características no se refieren solamente a su condición en el medio, sino a sus preferencias y posicionamiento con respecto a diferentes aspectos sociales. Esto nos permite tener una idea más profunda de los periodistas encuestados.

En segundo lugar se examinaron las percepciones de los periodistas respecto a sus roles profesionales, con base en tres dimensiones de análisis (Hanitzsch, 2007): el intervencionismo, periodista comprometido o neutral, la distancia del poder, periodista leal o perro guardián y la orientación de mercado, periodista comercial o de servicio; la ética periodística, a partir de determinados conceptos de relativismo e idealismo (Hanitzsch, 2007; Schlenker y Forsyth, 1977); la autonomía, según la diferenciación entre la percepción de autonomía profesional, las influencias contextuales y los límites objetivos (Reich y Hanitzsch, 2013; Mellado y Humanes, 2012; Sjøvaag, 2013); la confianza, basada en la existencia de un consenso sobre los principales factores que explican la formación de la confianza institucional (Campbell, 2004) y las influencias contextuales, conforme a la relación entre el individuo y la sociedad y la interacción de las variables que caracterizan a los grupos a partir de una investigación multinivel (Hox, 2002).

El perfil de los periodistas en Ecuador

En Ecuador, de los 372 periodistas encuestados, 244 son hombres, lo que representa el 66,8 % de la muestra, y tienen una edad media de 35,2 años, el 66,6 % de ellos tienen entre 18 y 38 años y solo el 16,7 % son mayores de 46 años. Destaca también el nivel de formación, ya que tan solo el 1,4 % de los periodistas entrevistados no tienen estudios secundarios, el 66,3 % tienen un grado universitario, el 11,3 % cuentan con un máster y el 2,5 % con un doctorado. Del grupo de titulados, la mayor parte (85,5 %) poseen una especialización: el 35,3 % en periodismo, el 18 % en comunicación y el 32,2 % en ambas carreras.

29 La muestra se obtuvo a partir de un muestreo aleatorio simple e intencional que, con base en el informe publicado por CORDICOM en 2014 que establecía que los profesionales en comunicación en Ecuador eran alrededor de 17.000, permitió a los investigadores de este estudio certificar que la muestra de 372 individuos analizados ofrecía un índice de confianza del 95 % y un margen de error de 5,03.

El grupo étnico predominante entre los periodistas es el mestizo (93,2 %); dos tercios (63,2 %) se consideran católicos romanos, aunque un 20,2 % afirman no practicar ninguna religión y el 31,4 % consideran que la religión es muy poco o nada importante; el 83,7 % tienen una tendencia política de centroizquierda y, finalmente, casi la mitad (47,6 %) tienen un salario dentro de la horquilla de los 200 y 800 dólares mensuales, una quinta parte (19,6 %) ganan entre 800 y 1000 dólares y una cuarta parte (25,2 %) entre 1000 y 3000 dólares.

Los resultados respecto al salario de los periodistas coinciden con los datos ofrecidos por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación, que en su informe muestra que el 48 % de los periodistas cobran entre 340 y 650 dólares mensuales, el 18 % entre 651 y 900 dólares y hay un 15 % que reciben menos del salario mínimo establecido en Ecuador. Los profesionales con título universitario tienen un salario mínimo de entre 570 y 849 dólares, en tanto que los profesionales certificados por el Servicio de Capacitación Profesional están entre los 370 y 502 dólares mensuales.

El incremento salarial en las dos últimas décadas es evidente, ya que en los años noventa el salario mínimo establecido para los periodistas ecuatorianos era de 99 dólares mensuales. Concretamente, el 72,4 % de la muestra declaró cobrar menos de 400 dólares y el 17,3 % entre 400 y 800 dólares mensuales (Virtue, 1994).

La situación profesional de los periodistas en Ecuador

Más de dos tercios de los periodistas ecuatorianos están empleados a tiempo completo (69,9 %), mientras que cerca de un cuarto (23,4 %) señalan que tienen un contrato a tiempo parcial y el 4,8 % que trabajan como *freelancer*. De los periodistas que cuentan con un contrato a tiempo parcial o completo, el 62,1 % poseen un puesto de trabajo permanente y un 29 % uno temporal, lo que es una muestra de relativa estabilidad en el sector periodístico.

El periodismo en Ecuador es ejercido por profesionales jóvenes que cuentan con una media de experiencia en el área de 10,04 años (DE = 9,093). Dos tercios del total (67,1 %) no llegan a los 10 años de experiencia profesional y tan solo una quinta parte (20 %) han trabajado entre 10 y 20 años en el sector. De todos los periodistas que se encuentran trabajando en los medios y agencias de comunicación del país, solo el 21,8 % son miembros de alguna asociación profesional.

Dentro de los medios de comunicación, en primer lugar, más de la mitad de los periodistas (55,4 %) trabajan en varias secciones, ámbitos o campos —Noticias, Deportes y Entretenimiento son los principales—; en segundo lugar, tres cuartas partes (76,1 %) trabajan para una sola redacción; en tercer lugar, el 76,1 % indican que trabajan en un solo tipo de medio; en cuarto lugar, el 35,7 % señalan que trabajan en varias (entre 2 y 6) plataformas diferentes y, en cuarto lugar, el 31,2 % tienen un trabajo adicional diferente al de periodismo.

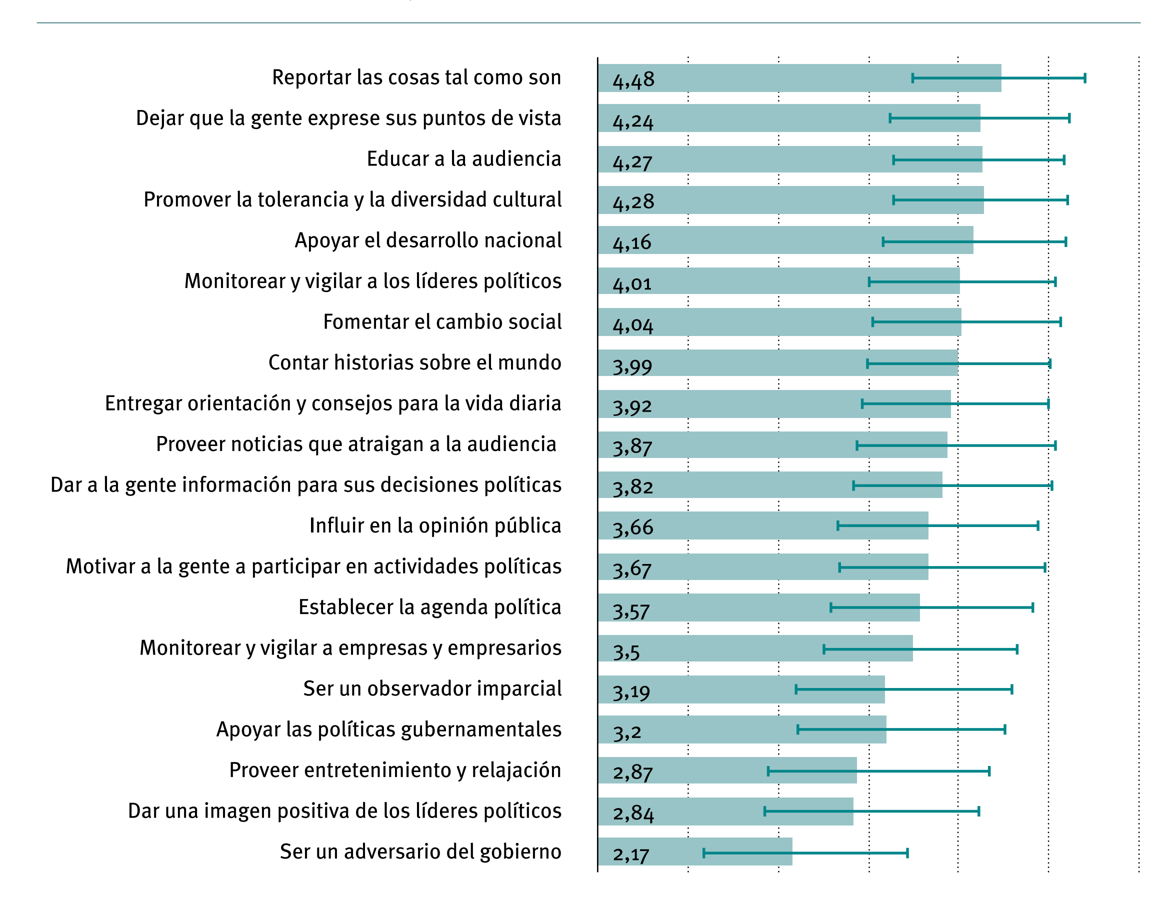
Según el tipo de medio de comunicación (televisión, radio, prensa escrita, *online*) en el que trabajan, la mayor parte lo hacen en medios de comunicación convencionales o masivos. En concreto, el 36,4 % desarrollan su actividad profesional en radio, el 33,4 % en prensa escrita (21,9 % en diarios, el 8,8 % en semanales y el 2, 7 % en revistas) y el 27,5 % en televisión. Menos de una quinta parte (17,6 %) trabajan en medios *online* (el 5,6 % en las redacciones *online* de medios tradicionales y el 12,03 % en medios *online* autónomos). Tan solo un pequeño grupo de encuestados (5,9 %) afirman trabajar en agencias de comunicación.

Respecto a la propiedad del medio de comunicación en el que desarrollan su actividad los periodistas (privados, públicos donde se incluyen los oficiales, y comunitarios), dos tercios (67,1 %) de los encuestados afirman trabajar en medios privados, el 26,2 % en medios públicos, el 2,7 % en medios públicos oficiales y el 1,6 % en medios comunitarios. Finalmente, según el alcance del medio de comunicación (local, regional, nacional e internacional) en el que trabajan, casi la mitad de los periodistas (41,7 %) lo hacen en medios de ámbito nacional, un tercio (34,8 %) en medios locales, el 15 % en medios regionales y menos de una décima parte (8,6 %) en medios internacionales.

La autopercepción de los roles profesionales de los periodistas en Ecuador

Los periodistas ecuatorianos consideran que los roles profesionales más importantes son los de proveer un análisis sobre los temas de actualidad

Gráfico 6.1. Qué tan importantes son los siguientes aspectos en su trabajo (media con barras de desviación estándar)



(89,2 %), informar sobre las cosas tal como son (88,7 %), permitir que la gente exprese sus puntos de vista (82,5 %), educar a la audiencia (82,2 %), promover la tolerancia y la diversidad cultural (82,2 %) y apoyar el desarrollo nacional (81 %).

De igual modo, los periodistas ofrecen muy poca importancia a la posibilidad de ejercer los roles de observador imparcial (49,4 %), apoyo a las políti-

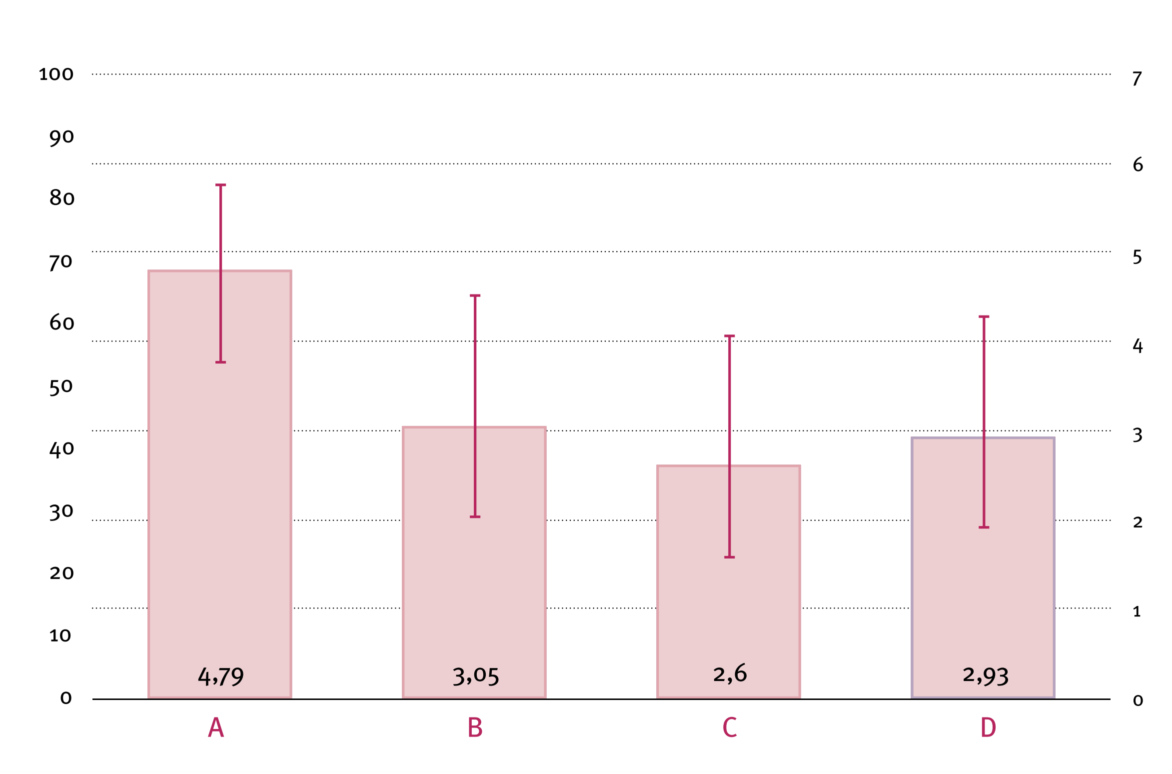
cas gubernamentales (46,3 %), proveedor de entretenimiento y relajación (40,8 %), dar una imagen positiva de los líderes políticos (34,6 %) y ser un adversario del Gobierno (22,3 %). Sin embargo, al contrario de los roles más apoyados, no se encuentra un fuerte consenso entre los encuestados, tal y como denotan los altos niveles de desviación estándar.

Estos resultados, que concuerdan con las percepciones clásicas del periodismo en Ecuador, muestran una hibridación entre el estándar del rol clásico y neutral del *diseminador*, heredado del periodismo objetivo y *taylorista* de los países occidentales, y otro tipo de rol periodístico comprometido y pedagógico como el *cívico*, más cercano a los intereses de los ciudadanos y del país en general, el consenso entre los periodistas se corrobora a través de los bajos niveles de desviación estándar en las respuestas ofrecidas por estos respecto a los roles más apoyados.

La orientación ética

Los periodistas ecuatorianos demuestran un gran compromiso con los estándares de ética profesional. Unánimemente (97,3 %) consideran que deben adherirse siempre a estos códigos de ética profesional, independientemente de la situación y el contexto. Este consenso en torno a la aceptación de unas reglas éticas comunes universales, generales y globales, les lleva a que menos de la mitad (48,6 %) estén de acuerdo con la idea de que la ética en el periodismo es una cuestión de

Gráfico 6.2. Orientaciones éticas de los periodistas ecuatorianos (respuestas de acuerdo con las afirmaciones, media con barras desviación estándar)



A Los periodistas siempre deben adherirse a los códigos de ética profesional, independientemente de la situación y el contexto

B Lo que es ético en el periodismo es una cuestión de criterio personal

C Es aceptable dejar a un lado las normas morales si ciertas circunstancias extraordinarias así lo requieren

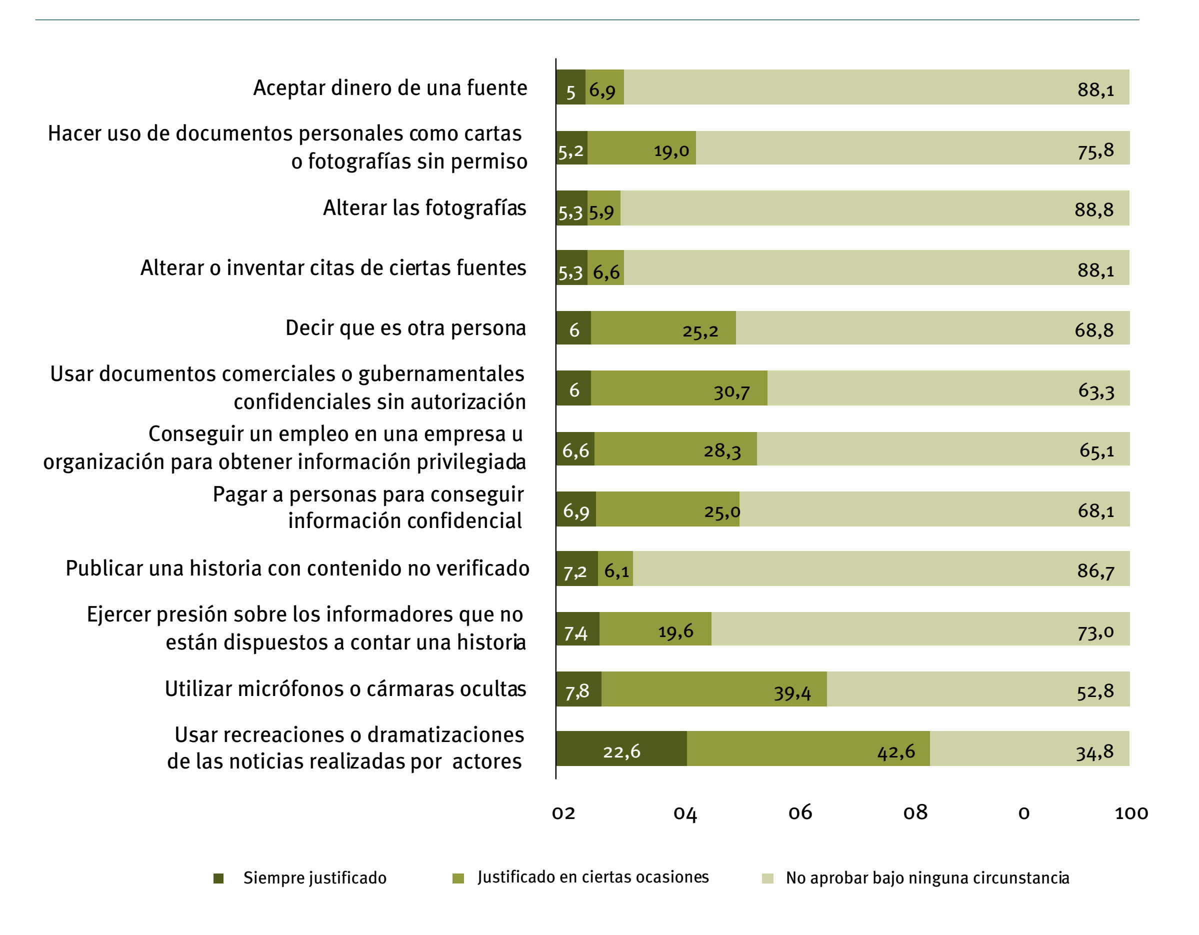
D Lo que es ético en el periodismo depende de la situación específica

criterio personal y que solo un tercio (36,6 %) piensen que es aceptable dejar a un lado las normas morales si ciertas circunstancias extraordinarias así lo requieren y que lo ético en el periodismo depende de la situación específica en la que te encuentres (35,3 %).

Respecto a la justificación de los métodos controvertidos en el ejercicio periodístico, entre los más aceptados se encuentran, en un primer grupo, el uso de recreaciones o dramatizaciones y el empleo de micrófonos o cámaras ocultos. Casi la mitad (42,6 %) de los periodistas entrevistados en Ecuador consideran que el uso de recreaciones o dramatizaciones de las noticias realizadas por actores está justificado en ocasiones, incluso una quinta parte (22,6 %) afirman que siempre es aceptable. Sobre el empleo de micrófonos o cámaras ocultos, un 47,2 % están de acuerdo en servirse en ocasiones, o siempre, aunque en menor medida, de estas herramientas.

En un segundo grupo se ubican otras prácticas que, aunque aceptadas en cierta medida, gozan de menos popularidad y aceptación entre los periodistas. Entre estas se encuentran el uso de documentos comerciales o gubernamentales confidenciales sin autorización (el 30,7 % lo consideran aceptable en ocasiones), conseguir un empleo en una empresa u organización para obtener información privilegiada (el 28,3 % están de acuerdo, pero solo en ciertas ocasiones), decir que el propio periodista es otra persona (el 25,2 % admiten estar de acuerdo en ocasiones determinadas) y pagar a personas para conseguir información confidencial (el 25 % afirman que está acción se requiere en algunas ocasiones).

Gráfico 6.3. Pregunta: «Dada una historia importante, ¿cuál de las siguientes prácticas, si las hay, cree que podrían estar justificada en alguna ocasión? y ¿cuál aprobaría en ciertas circunstancias?» (en porcentajes)



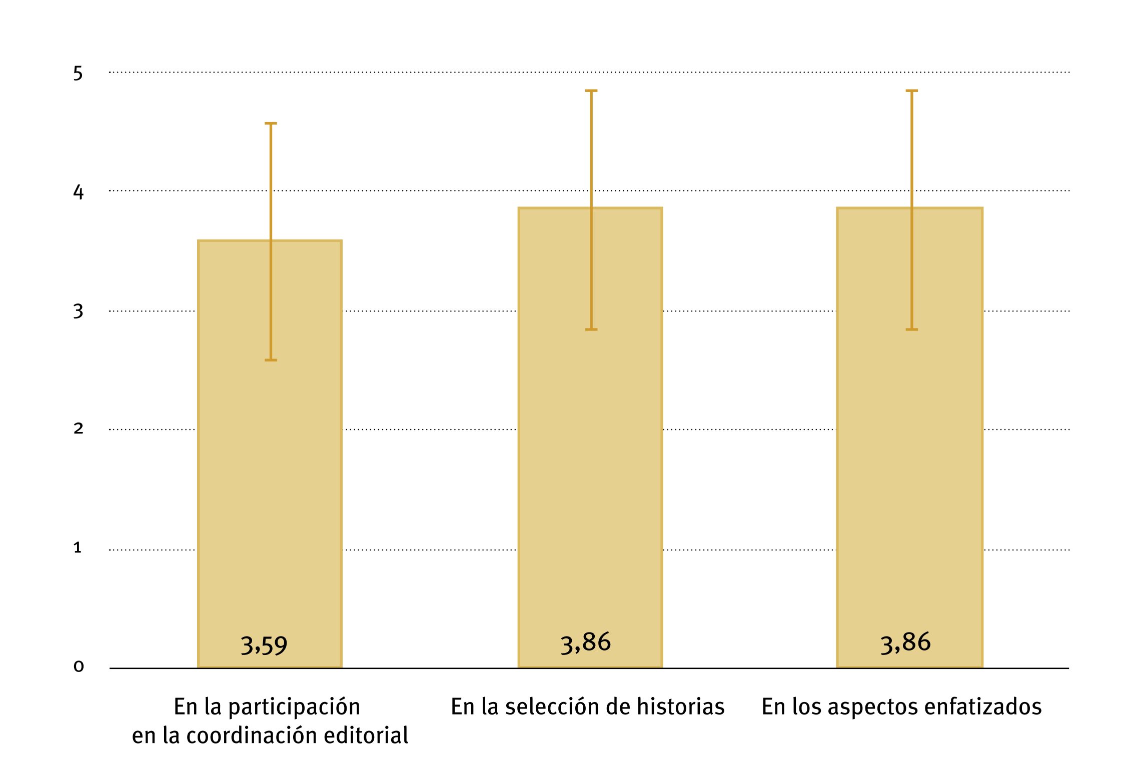
Según los encuestados, las acciones periodísticas no justificadas en ninguna ocasión son la alteración de fotografías (88,8 %), la modificación o invento de citas de ciertas fuentes y la aceptación de dinero de una fuente (ambas con un 88,1 %) y la publicación de una historia con contenido no verificado (86,7 %).

El nivel de autonomía profesional y las influencias contextuales percibidas por los periodistas en Ecuador

Los periodistas en Ecuador perciben un grado relativamente alto de autonomía profesional y libertad de prensa, expresión y participación. Del total de la muestra, algo más de la mitad de ellos confirman que tienen un gran nivel de libertad o completa libertad en la selección de las historias (65,8 %) sobre las que va a informar y en la toma de decisiones de los aspectos a enfatizar en estas (65,4 %). Esta libertad de actuación se reduce sensiblemente cuando se trata de participar en las actividades de coordinación editorial (55 %). Este resultado muestra que, aunque los periodistas estiman que cuentan con un alto nivel de libertad en el trabajo que implica la toma directa de decisiones individuales, su capacidad de decisión y actuación se reduce a la hora de participar en la coordinación editorial, que implicaría discutir con sus superiores acerca de la publicación final de su trabajo.

Los periodistas ecuatorianos estiman que su trabajo se ve afectado por varios factores procedentes del contexto, tanto a nivel interno en los medios en los que trabajan como a nivel externo, procedentes de su entorno próximo y los niveles económico, político, mediático, social, cultural y tecnológico del país. La principal fuente de influencia a la que hacen referencia los consultados es la ética periodística (88,8 %), aspecto que muestra que conocen en mayor medida los valores que determinan el periodismo, que pueden ser aprendidos en la universidad y a través de la aplicación de una nueva regulación de

Gráfico 6.4. Autonomía profesional de los periodistas en Ecuador (escala 1 a 5; 5 significa «completa libertad» y 1 significa «no tiene libertad en absoluto»)



los medios de comunicación que establece la obligatoriedad de que los medios cuenten con un código deontológico. En segundo lugar, destacan las limitaciones en el *acceso a la información* (77,3 %); los problemas que se muestran al respecto podrían estar determinados por la polarización y politización de los medios de comunicación y los periodistas, dependiendo del medio en el que se encuentran,

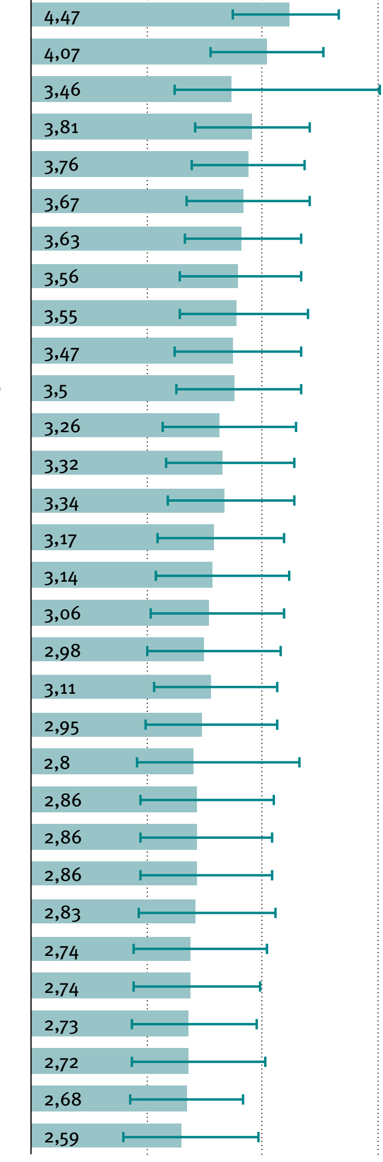
tendrían un mayor o menor acceso a determinadas fuentes. Luego mencionan como influyentes sus propios *valores y creencias personales* (68,5 %), aunque esta mención destaca por una alta desviación estándar (2,556) que indica el mayor nivel de disenso entre las respuestas. A continuación sitúan *la legislación y la regulación existente sobre los medios* (65,8 %), y en este sentido se hace muy presente el peso que ejerce sobre el ejercicio periodístico la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013, *y la retroalimentación de su audiencia* (64,3 %), que cada vez toma más fuerza y activa participación en la elaboración de la información.

De igual modo, más de la mitad de los periodistas admiten que su trabajo está muy influenciado por factores internos como, en un primer grupo, las políticas editoriales, los jefes directos y editores del medio de comunicación, los altos directivos del medio de comunicación y los propietarios del medio de comunicación, consecuencia de la estructura jerárquica y vertical dentro de los medios de comunicación; las redes sociales, fruto de la incorporación progresiva de las herramientas digitales al trabajo profesional periodístico; y los plazos y las restricciones de tiempo, prueba de que los procesos están definidos cada vez en mayor medida por la inmediatez y la primicia.

A pesar de que los factores internos son considerados por los periodistas como más influyentes, los agentes externos a los medios de comunicación repercuten de manera determinante en la actividad periodística. De las fuentes de influencia externas destacan, en primer lugar, el acceso a la información

Gráfico 6.5. Pregunta «¿Qué tan influyentes son los siguientes factores en su trabajo?» (5 es «extremadamente influyente» y 1 es «nada influyente»). Media de cada factor con barras de desviación estándar





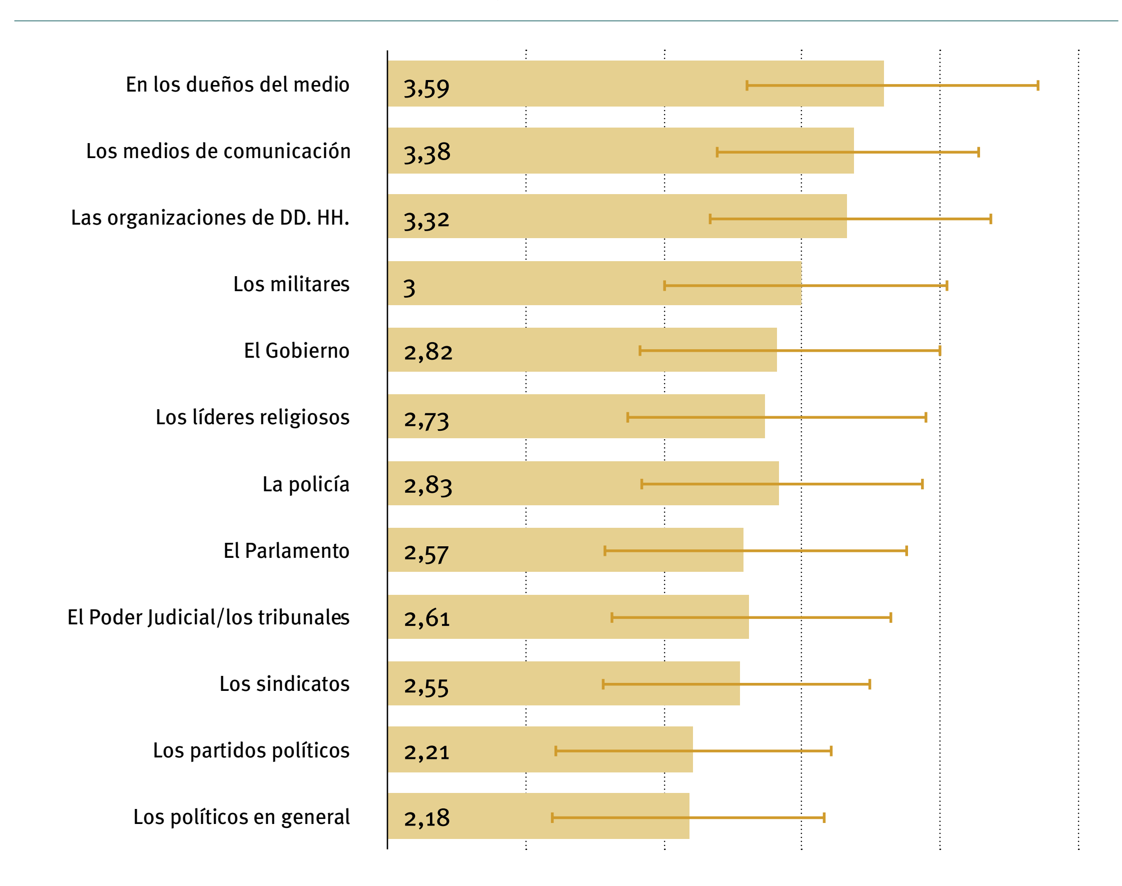
proporcionada por las fuentes y, en segundo lugar, la legislación y la regulación de los medios. A pesar de que estas influencias externas se encuentran muy presentes para los periodistas, estos consideran que las influencias menos representativas proceden del exterior del medio, como los amigos, conocidos y familiares (26,2 %), los colegas de otros medios de comunicación (27,3 %), los empresarios (27,6 %) y las fuerzas de seguridad, la policía y los militares (28,9 %).

Un aspecto a destacar es la baja percepción que los periodistas ecuatorianos poseen de las influencias procedentes de las fuentes que determinan el devenir económico de los medios, como los empresarios, los anunciantes e intereses publicitarios (31,6 %) y las expectativas de beneficio de los medios de comunicación (36,4 %).

El grado de confianza de los periodistas en las principales instituciones de Ecuador

Los periodistas ecuatorianos poseen unos niveles de confianza muy bajos a nivel general. Tan solo los medios de comunicación (43,5 %) y los aspectos relacionados a estos, como los compañeros de trabajo (57,6 %) y los dueños (55 %), cuentan con la plena confianza de la mitad de los encuestados. A continuación se sitúan las organizaciones de derechos humanos (44,5 %), probablemente debido a su carácter altruista y de defensa de los derechos de la ciudadanía y, por ende, de los profesionales del periodismo. A una distancia considerable, el ejército (30,5 %) y el

Gráfico 6.6. Grado de confianza de los periodistas en las principales instituciones de Ecuador (5 significa «plena confianza» y 1 significa que «ninguna confianza»)



Gobierno (27,3 %) se posicionan como las instituciones públicas que gozan de mayor confianza. Esto indica que los militares siguen contando con el apoyo de los periodistas y, en segundo lugar, que el Poder Ejecutivo, aunque no el Legislativo y el Judicial, cuenta con el grado de confianza más alto; esta diferencia de confianza entre los tres poderes constitucionales denota una mayor influencia del Ejecutivo y una estructura piramidal en el que este se sitúa en la cúspide.

A pesar de que el Gobierno cuenta con el mayor índice de confianza de todas las instituciones públicas, existen grandes niveles de discrepancia entre los periodistas, tal y como demuestra el alto índice de desviación estándar de la muestra (1,174).

Las instituciones públicas con menor popularidad y confianza son los partidos políticos (9,5 %) y los políticos en general (7,6 %); este aspecto es un reflejo de la inestabilidad política y estructural que el país ha sufrido hasta la llegada al poder de Rafael Correa en 2007 y la polarización de la sociedad y los periodistas. De igual modo, las asociaciones profesionales como los sindicatos (13,7 %) tienen graves problemas de confianza.

Los bajos niveles de confianza en las instituciones en Ecuador es un reflejo de la reducida credibilidad de la que gozan estas para los periodistas, aunque no puede declararse que sea un problema exclusivo de estas instituciones. Los encuestados afirman que a nivel general deben ser siempre precavidos (87,4 %) porque la mayor parte de las personas no son confiables y tratan de tomar ventaja en determinadas situaciones (58,2 %). Solo el 12,6 % sostienen que la mayor parte de las personas son confiables, y en un 41,8 % que tratarían de ser justas.

Periodistas ecuatorianos: en busca de una identidad propia

Lejos de las propuestas funcionalistas, los actores de la comunicación desempeñan un papel activo en la esfera pública. Medios de comunicación, periodistas, comunicadores sociales, propietarios y asociaciones o colectivos, con diferentes niveles de autonomía y autoridad, tienen funciones y competencias propias con las que contribuyen, o no, al ejercicio público y al desarrollo de la democracia. Así, periodistas y comunicadores sociales forman parte de un complejo macrosistema en el que, además de la influencia política, están condicionados por la influencia económica (Weber, 1992). De un lado, la pertenencia a un medio de comunicación de una naturaleza concreta (pública, privada o comunitaria) determina en mayor o menor medida los límites en los que se desarrolla el ejercicio profesional: acceso a fuentes, recursos o actores participantes son algunos de los elementos influidos por la naturaleza del medio y su relación con el resto de participantes de la comunicación. Del otro lado, el sistema político define y condiciona la presencia y el ejercicio mediático. Este condicionamiento se produce en dos sentidos, especialmente: la intervención del Estado (Picard, 1985) y el grado de paralelismo político (Hallin y Mancini, 2004).

En Ecuador, la pertenencia de los periodistas y comunicadores sociales a un complejo entramado de sistemas los sitúa en un papel de interacciones e influencias diversas y continuas. Entre ellos, los sistemas económico y político son los principales a tener en cuenta a la hora de estudiar al colectivo de periodistas del país, ya que la intervención, o no, del Estado y los condicionantes de los propietarios de los medios acaban definiendo los límites de la profesión. Al respecto, aunque dos de cada tres periodistas ecuatorianos trabajan en medios privados, motivado ante todo porque más del noventa por ciento de los medios son de propiedad privada, y deben acogerse

a las normas impuestas por el mercado, la influencia del Gobierno, personalizada en su presidente y el Poder Ejecutivo, posee la mayor capacidad de intervención en la historia del país respecto al control y regulación del ejercicio periodístico, los periodistas y el sistema mediático. Por este motivo, para un completo análisis del periodismo en el país es fundamental conocer y estudiar la percepción que los profesionales de la comunicación tienen de sí mismos y de su rol en la sociedad, en concreto, y de los cambios que se están produciendo en el periodismo, en general.

Tradicionalmente, el desarrollo de la comunicación ha estado marcado por la combinación entre un importante nivel de concentración de la propiedad y la ausencia de un Estado fuerte. América Latina, no exenta de las tendencias internacionales, se caracterizó en la década de los cincuenta y sesenta por la centralización de la producción y un capital de origen predominantemente extranjero, lo que generó la conformación de oligopolios concentrados en las grandes ciudades, en tanto que los medios (especialmente la televisión) de carácter público se utilizaban como herramienta de propaganda de los gobiernos de turno (Mastrini y Becerra, 2001). En este sentido, fue el mercado quien estableció las estrategias principales en América Latina (Mastrini y Becerra, 2001). El primer intento de desarticular el poder del capitalismo internacional en los medios de comunicación se dio a partir de la década del setenta, con la propuesta de un nuevo orden mundial de la información y comunicación, que propuso «el establecimiento, en líneas generales, de objetivos y valores comunes en la esfera de la comunicación, basados en intereses comunes en un mundo interdependiente» (MacBride, 1980, p. 207), de modo que se permitieran romper los desequilibrios y las disparidades en la comunicación y sus estructuras. Esta propuesta, sin embargo, fracasó de manera temprana y dio origen a un proceso de desarticulación del Estado de bienestar y de privatización de la comunicación, lo que cambió radicalmente las funciones y características de los periodistas.

En las últimas décadas del siglo XX estas características vinieron marcadas por el salto tecnológico, el creciente peso de la noción privada, la internacionalización empresarial mediática y la expansión de la publicidad, en todos y cada vez más variados formatos como fuente principal de sustento. Este proceso desregulatorio fue configurando un tipo de periodista caracterizado por las exigencias mercantiles, la internacionalización de su presencia, la inmediatez, el dinamismo y la multiplataforma. De este modo, el periodista pasó a adaptarse a un sector que, según algunos autores, se convirtió en «dinámico, concentrado, transnacionalizado, de alta rentabilidad y donde cada vez más se encontraban comprometidos mayores volúmenes de capital» (Zallo, 1992, p. 20).

Las consecuencias del incremento en la concentración mediática pasan por la disminución de la autonomía periodística, la pérdida de la calidad del producto periodístico y la merma de la pluralidad de voces informativas (Serrano, 2010). «Los profesionales de la comunicación se han convertido en simples operarios obligados a producir bienes rentables y a dar forma a los criterios editoriales emitidos desde los consejos de administración de propietarios»

(Serrano, 2010, p. 298). De esta manera, el periodista parece alejarse de su perfil intelectual (Ortega y Humanes, 2000, p. 194) y acercarse a un contador de historias que tiene salida en el mercado, constituyendo con nuevas funciones un poder *desinstitucionalizado*.

A pesar de las dificultades mencionadas en los párrafos anteriores, es evidente que algo está cambiando en la región latinoamericana y en Ecuador. En la actualidad, los periodistas ecuatorianos manifiestan contar con un grado alto de autonomía profesional y libertad de expresión, e, incluso, en la posibilidad, aunque en menor medida, de participar en la selección de las historias a contar. Esta percepción viene unida al hecho de que en las últimas décadas, con la llegada de gobiernos progresistas en América Latina, se ha producido un cambio en ciertas tendencia a partir de la recuperación de la idea de *democratizar la comunicación*, en la que el Estado toma un papel protagonista y la comunicación popular y comunitaria vuelve a estar en la primera línea de disputa.

La intervención del Estado en la limitación de la concentración de la propiedad privada[30] es una de las características más importantes de las políticas públicas en comunicación que se vienen implementando en Ecuador en la última década. En este sentido, la redistribución del espectro radioeléctrico por tercios (para medios públicos, privados y comunitarios) es uno de los puntos en común de esta legislación. Aunque la realidad es que, en general, el predominio que los medios privados al día de hoy mantienen en el país hace que la mayor parte de los periodistas trabaje en estos. En cambio, sí existe una distribución más equitativa respecto a los tipos de medios, ya que los periodistas ecuatorianos ejercen en radio (36,4 %), prensa escrita (33,4 %) y televisión (27,5 %) casi a partes iguales, mientras que aún es incipiente la ocupación en medios *online* (17,6 %).

Este intento de distribución de la propiedad mediática ha venido acompañado, en muchas ocasiones, de la promulgación de derechos de los periodistas y del reconocimiento, y en algunos casos protección, de la diversidad de profesionales que ejercen la comunicación. En el caso de Ecuador, encontramos que los periodistas son mayoritariamente hombres (67 %) jóvenes (en la treintena), de etnia mestiza, con formación superior universitaria y un posicionamiento político que reconocen como de centroizquierda.

El apoyo a la formación y proceso de profesionalización de los periodistas es otra de las características de la legislación del gobierno ecuatoriano en materia de comunicación en los últimos años, si bien este punto se ha llevado a la práctica con diferente suerte. En Ecuador, el proceso de profesionalización del periodismo está llevando a la certificación de los perfiles ocupacionales de las personas que ejercen esta actividad. El CORDICOM (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación), junto a SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología), SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional) y SETEC (Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional), está realizando

30 En el caso de Ecuador, una de las medidas iniciales más significativas fue la prohibición constitucional (2008) de que los poderes financieros formaran parte del accionariado de los medios de comunicación, hasta entonces habitual.

un proceso de «reconocimiento público, documentado y formal de la capacidad laboral demostrada por un trabajador», efectuado con base en la evaluación de sus competencias en su desempeño laboral y sin estar necesariamente sujeto a la culminación de un proceso educativo. Este reconocimiento formal de las competencias implica la expedición, por una institución autorizada (organismo de evaluación de la conformidad), de una certificación que confirma documentalmente la competencia (Oller y Chavero, 2014). En todo caso, conviene tener en cuenta que el proceso de formación no contiene solo técnicas comunicativas, sino también conocimiento sobre el contexto político, económico, social y geopolítico (De Moraes, Ramonet y Serrano, 2013).

Otra de las particularidades de esta legislación, que acaba por definir el perfil del periodista y su situación profesional, es el reconocimiento de algunos derechos que permiten el empoderamiento del periodista en el ejercicio de su profesión, protegiéndolo de abusos, presiones y excesos habituales de la dinámica mercantil. En Ecuador, además de la mejora de la condición económica y laboral de los periodistas y comunicadores sociales, estos tienen garantizados el derecho a la reserva de la fuente y al secreto profesional. En la actualidad, probablemente por influencia de la normativa, existe una relativa estabilidad laboral en el sector. Más de dos tercios de los periodistas ecuatorianos están empleados a tiempo completo (69,9 %) y con una mejora en las condiciones salariales en los últimos tiempos: casi la mitad tienen un salario de entre 200 y 800 dólares, en un país con un salario mínimo de 366 dólares. En esta misma línea, en un intento de protección al ciudadano contra las malas prácticas periodísticas, se reconocen los derechos a la rectificación y a la réplica en la Ley Orgánica de Comunicación (2013), que vendrían a reflejar las obligaciones contractuales de los periodistas y comunicadores sociales.

Este intervencionismo estatal en el ámbito regulatorio y la mejora de la situación profesional conllevan que, aunque los periodistas ecuatorianos depositen poca confianza en las instituciones a nivel general, el Gobierno cuente con uno de los mayores índices de credibilidad entre las instituciones públicas. Dentro del ecosistema mediático, los periodistas afirman confiar en los compañeros de trabajo y en los dueños de los medios, pero que, a nivel general, deben ser precavidos. La desconfianza en los partidos políticos y los sindicatos están en sintonía con los datos del resto de ciudadanos ecuatorianos, lo que revela la gran similitud entre las percepciones de los periodistas ecuatorianos y las de la sociedad ecuatoriana en general. De igual modo, si se comparan los indicadores de confianza de los periodistas en Ecuador con los de la región latinoamericana, se observa como la tendencia es regional. Según el Latinobarómetro (2015), América Latina es la región del mundo, junto con África, con los menores valores de confianza interpersonal.

Una de las cuestiones típicas en el análisis de los periodistas y su profesión es la capacidad de influencia que estos tienen. Según algunos autores, esta se manifiesta en «cuatro amplias funciones: la integración social, la dirección cultural, la acción política y la socialización política» (Ortega y Humanes, 2000, p. 199).

Sin embargo, es importante analizar también qué percepción tienen los propios periodistas del ejercicio de su profesión y de sí mismos en tanto actores públicos. A la complejidad que supone acercarse a una profesión tan heterogénea, se suma en algunos casos la situación particular de tradiciones, hábitos y percepciones acumuladas que condiciona la práctica profesional. En el caso de Ecuador, «la prensa está llena de mitos» (Darío y Astudillo, 2005, p. 59), que nacen, a veces, en el propio proceso de formación del periodista y que le acompañan en el ejercicio de su profesión día tras día. Pero, ¿es el periodista consciente de ellos? Algunos autores advierten que esta percepción, que construye el sentido de identidad de los periodistas, no es algo estático, sino que se trata de un estado basado en un concepto dinámico de interacción entre leyes culturales, profesionales, un tipo de lenguaje, símbolos y estrategias discursivas (Hecht y cols., 2005).

Al día de hoy, los periodistas ecuatorianos consideran que sus funciones principales son analizar los temas de actualidad, informar sobre las cosas tal como son y dar voz a la audiencia. Además, en el ejercicio diario de su profesión, afirman que están fuertemente comprometidos con los estándares de ética profesional, que primarían por encima de todo, a pesar de que dejan un cierto margen de maniobra para las opciones personales. Esta adhesión a las normas éticas los lleva a percibir las principales influencias contextuales procedentes de los códigos éticos de conducta.

Resulta sumamente atractivo conocer las percepciones y actitudes de los periodistas ecuatorianos con respecto a determinadas áreas de interés como el rol profesional que desempeñan, su orientación ética, la autonomía profesional de que disponen, el nivel de confianza en las instituciones y las influencias recibidas. Aunque debe tenerse en cuenta que en todo momento del estudio estamos ante la percepción que manifiestan los periodistas y comunicadores sociales en estas dimensiones, es decir, se trata de una consideración subjetiva de los profesionales de la comunicación. La importancia de este análisis radica en que nos permite conocer cuál es la consideración interna del periodismo, fruto de un proceso de experiencia y reflexión de la profesión, y al mismo tiempo nos alerta de los límites de las manifestaciones expresadas.

México
Los periodistas en México: panorama cuantitativo de sus perfiles demográficos y profesionales

Mireya Márquez-Ramírez
Sallie Hughes[31]

Los periodistas en México enfrentan muchos desafíos y contingencias como consecuencia de factores relacionados con los crecientes ambientes de violencia, débil Estado de derecho, degradación de la libertad de expresión, instrumentalización política de medios y periodistas, creciente precarización laboral y constante cambio tecnológico. En este capítulo presentamos un diagnóstico general del estado que guarda el periodismo en el país en varios frentes: los perfiles laborales, los valores y roles profesionales, las orientaciones éticas, las prácticas periodísticas y las condiciones de autonomía y libertad de los periodistas, así como los ambientes en los que actores políticos, económicos, laborales y personales condicionan el ejercicio periodístico y la confianza que guardan los periodistas mexicanos en las instituciones. Si bien hasta ahora los estudios cuantitativos sobre estos perfiles habían sido escasos y poco representativos, ha habido un florecimiento de trabajos encargados de documentar tanto el estado que guarda el periodismo a lo largo del país como el grado de cambio y continuidad en la profesionalización del periodismo mexicano.

En países en vías de desarrollo o posautoritarios como México, el déficit democrático de las transiciones políticas hace necesario que diversos investigadores nos aboquemos al análisis de las relaciones entre los sistemas políticos y mediáticos, y particularmente al efecto que dicha relación tiene en la calidad del periodismo, la libertad de expresión y la autonomía periodística.

Específicamente en México, el periodismo y su historia (y no necesariamente los periodistas y sus

31 Las autoras agradecen el apoyo y asesoría de Marco Lara Klahr, investigador asociado del proyecto, así como a las instituciones que proveyeron de los recursos financieros, materiales y logísticos: Universidad de Miami, el Comité Central del Worlds of Journalism Study en la Universidad de Múnich, y la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Agradecemos el esfuerzo, dedicación y contribución de Lucano Romero, Melissa González, Luis Lemini, Karla Guadarrama, Maricela Paz, Valeria León y demás asistentes de investigación del proyecto. Finalmente, manifestamos nuestra más profunda gratitud a los periodistas y medios que participaron de la encuesta y apoyaron el estudio.

culturas de producción de noticias) ha sido un importante tema de investigación en comunicación. Una veta consistente de estos trabajos ha sido la documentación de la influencia que tuvo el sistema político autoritario en el sistema mediático en general y en el ejercicio del periodismo en particular. A través de los múltiples trabajos históricos y testimoniales que se han producido al respecto, es ya del saber común que durante más de siete décadas el periodismo fue predominantemente acrítico con el sistema, tendió a ser adulador con el poder, fue escasamente proactivo, frecuentemente homogéneo y, en general, se caracterizó por una relación de subyugación o de complicidad con el poder político. Entre los mecanismos de control ejercidos por el gobierno y aceptados por los medios pueden mencionarse los subsidios del papel, la enorme dependencia de los medios respecto de los contratos de pautas publicitarias del gobierno, la alta instrumentalización política de los periodistas y la gran intromisión de las esferas políticas en el contenido periodístico. Con este contexto, era de esperarse una baja autonomía periodística, una ética periodística vulnerada y una autocensura naturalizada procedente de la amplia influencia que sostuvo por décadas el ámbito político en el quehacer periodístico. A esto se le aunaba una precariedad laboral generalizada para los reporteros formados en el quehacer diario del oficio que veían en los pagos y sobornos sus suplementos salariales, y el gran contraste entre ellos y los periodistas de elite, tales como columnistas o editores, ya no digamos directores o propietarios, que se beneficiaban de una enorme cantidad de prebendas (Carreño Carlón, 2000; Monsiváis, 2003; Rodríguez Munguía, 2007). En contraste, el pago a los que osaran disentir de los discursos oficiales, particularmente en temas sensibles, eran la censura, amenazas o represión (Buendía, 1985; Fromson, 1996; Hallin, 2000; Monsiváis, 2003; Rodríguez Castañeda, 1993; Rodríguez Munguía, 2007; Scherer, 1986).

En los años anteriores al cambio de siglo se suscitó una plétora de eventos políticos convulsos pero también de transformaciones en el ámbito político y económico que, según algunos autores, impactaron en la industria periodística y la profesionalización de los periodistas (Lawson, 2002; Hughes, 2009; Hernández Ramírez, 2010). Las reformas políticas y económicas neoliberales que se suscitaron desde los años ochenta habrían de coronarse con la transición política de fines de siglo y el arribo al poder de un partido de oposición, creando un ambiente más propicio para la modernización del periodismo mediante el surgimiento de medios impresos y electrónicos más plurales, críticos, independientes y de modelos de negocio redituables que no dependían tanto del Estado para subsistir y que, a su vez, habrían incidido en la calidad y pluralidad de la oferta informativa de los medios (Lawson, 2002; Rockwell, 2002; Wallis, 2004; Hughes, 2009). Asimismo, se habría generado un nuevo cuadro de periodistas pioneros que habrían propiciado la gradual profesionalización de las salas de redacción y que defenderían los valores cívicos y democráticos del periodismo al posicionarse como críticos del poder. En contraste, otro grupo de autores han hecho hincapié en la continuidad de ciertas inercias heredadas del autoritarismo (De León, 2012; Márquez Ramírez, 2012; González Macías, 2012), así

como en los efectos negativos de la comercialización en el periodismo, particularmente en lo referente a la intensificación del empoderamiento de los grupos mediáticos, que impacta negativamente al periodismo de calidad al priorizar el infoentretenimiento sobre los valores cívicos y democráticos.

Más recientemente, los contextos de violencia y las transformaciones digitales han animado a varios investigadores a cuestionar la práctica periodística a partir de las condiciones de autonomía y factores de influencia en regiones focalizadas de México, como lo es la frontera (Relly y González de Bustamante, 2015; González de Bustamante y Relly, 2015; Committee to Project Journalists, 2010; Article 19, 2015), o bien en regiones concretas del país (Del Palacio, 2015).

Por ello, ante la falta de certezas de hacia dónde transita el periodismo mexicano en esta segunda década del nuevo siglo, y cuáles son las condiciones y factores que le limitan y definen, las preguntas que animan este trabajo son: ¿cómo piensan los periodistas?, ¿quiénes son en términos demográficos?, ¿cuáles son los roles periodísticos a los que se adhieren?, ¿cuáles son los factores de influencia que reportan y la libertad que perciben para informar sobre ciertos temas?, ¿qué factores de cambio perciben en su ejercicio periodístico y ambientes cotidianos?, ¿qué tanta confianza tienen en las instituciones y cuál es su postura respecto a la ética periodística y a ciertas prácticas?

Las pocas encuestas que se han realizado como antecedente, si bien han arrojado importantes claves para entender la falta de profesionalización del periodista mexicano, se han basado en muestras con inconsistencias metodológicas (Baldivia et al., 1981) o escasa representación nacional (Wilke, 1998). Asimismo, para la etapa preliminar de este estudio, la muestra consistió de un centenar de periodistas, pero no de todas las regiones del país (Mellado et al., 2012).

El presente estudio es uno de los primeros que buscó obtener una muestra representativa y nacional. Está basado en una encuesta nacional aplicada, en su mayoría vía telefónica, a 377 periodistas cuyos medios fueron seleccionados al azar y que laboraban, al momento de la encuesta, en prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. El estudio corresponde a la rama mexicana del estudio internacional comparado Worlds of Journalism, cuyo objetivo es comparar las culturas periodísticas alrededor del mundo mediante las percepciones de los periodistas respecto a sus entornos profesionales y laborales.

Perfiles demográficos y laborales de los periodistas en México

Los periodistas en México son predominantemente de sexo masculino y tienen en promedio 38,4 años de edad. Como podemos observar en la tabla 7.1, solo el 31,8 % de los entrevistados fueron mujeres, una cifra ligeramente por debajo del porcentaje de la fuerza de trabajo femenil en el país, que para 2015 era de 34,6 %.[32] Sin embargo, la presencia de las mujeres

32 Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (2016). *Encuesta Intercensal 2015. Panorama sociodemográfico de México 2015, Sección Características Económicas,* disponible en: ‹http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Panorama2015/Web/Contenido.aspx#Estados Unidos Mexicanos33000›.

en las salas de redacción difiere según el tipo de medio del que se trate, ya que ellas tienden a estar más presentes en los medios digitales y radiales, en los que están por arriba del promedio, y considerablemente menos en los medios impresos, particularmente en los semanarios. Por otra parte, respecto del perfil étnico de los encuestados, el 10,7 % dijeron identificarse como indígenas. Esto representa menos de la mitad de la cifra que se considera indígena en la población mexicana en general (21,5 %).[33] Esto revela que los indígenas están aun considerablemente subrepresentados en la fuerza de trabajo de los medios de comunicación, o por lo menos en la rama de la información noticiosa. Aun así, los periodistas identificados como indígenas tienden a estar más presentes en las revistas y semanarios, seguidos por los medios radiofónicos, y están casi ausentes de la televisión y los medios digitales. Respecto de la educación formal, alrededor de tres cuartas partes de los periodistas cuentan con estudios universitarios, y solo el 8,5 % tienen estudios menores a la educación superior, lo que refleja que, en el siglo XXI, el perfil educativo del periodista mexicano es preponderantemente profesional, si tomamos en cuenta además que 11,4 % dijeron contar con estudios de posgrado. Respecto de la importancia de la religión para ellos, los resultados fueron discordantes. Un poco más de la mitad (53,1 %) asignan mucha importancia a la religión, cifra particularmente mayor entre aquellos que trabajan en medios televisivos y digitales, si bien

Tabla 7.1. Distribución demográfica por tipo de medio (N = 377 periodistas, margen de error: 5 %)

Características (% de respondientes)	Radio	TV	Impresos diarios	Impresos no diarios	En línea	Total
Sexo Femenino	38,0	33,3	26,2	13,3	44,4	31,8
Edad promedio	39	35	39	38	35	38,4
Se identifica como indígena	14,2	2,8	8,5	16,7	0,0	10,7
Cuenta con estudios universitarios de licenciatura o equivalente	76,5	80,6	73,6	73,3	72,2	75,5
Considera la religión como muy o extremadamente importante	51,9	61,1	49,2	55,1	72,2	53,1
Participantes por tipo de medio	43,2	9,5	34,5	8,0	4,8	83,5

la media fue de 3,57 en una escala ascendente de 1 a 5 y la desviación estándar relativa de 1,19, lo que demuestra que no hay acuerdo entre los periodistas respecto de la importancia de la religión.

Respecto de los perfiles laborales de los periodistas en México, encontramos que la mayoría (58,5 %) ocupan un puesto de bajo rango, como redactor o reportero, en el que se toman pocas decisiones. Solo

33 Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (2016). *Encuesta intercensal 2015. Panorama sociodemográfico de México 2015, Sección Etnicidad,* disponible en: ‹http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Panorama2015/Web/Contenido.aspx#Estados Unidos Mexicanos33000›.

la quinta parte (21,5 %) se consideran especialistas al enfocarse a la cobertura de un solo sector informativo, mientras que la gran mayoría (78,5 %) se dedican a más de un sector informativo, lo cual puede representar un enorme desafío para el periodismo de largo aliento y de investigación. En paralelo, casi la mitad perciben un salario bajo (de hasta dos salarios mínimos al mes). La mayoría de los periodistas entrevistados tenían un trabajo de tiempo completo (83,5 %), una décima parte estaba de medio tiempo y 5,6 % eran *freelancers*. Al momento de la encuesta, más de la mitad de los periodistas (55,2 %) contaban con más de diez años de experiencia, mientras que poco más de la cuarta parte (26,3 %) tenían entre cinco y diez años, y menos de la quinta parte (18 %) tenían menos de cinco años de experiencia.

Los periodistas mexicanos trabajan, en promedio, para 2,21 diferentes medios (desviación estándar = 1,10). Solo menos de la tercera parte (el 30,5 %) trabajan para una sola organización, mientras que el resto trabajan para dos o más medios. Por otra parte, casi dos terceras partes (58,1 %) se especializan en un solo tipo de plataforma, mientras que el resto son periodistas *multimedia*, al enfocarse en dos plataformas o más. Poco más de un tercio de los encuestados (34,8 %) tenían trabajos adicionales además del periodismo al momento de la encuesta, mientras que tres cuartas partes de los entrevistados (74,8 %) dijeron que no pertenecen a ninguna asociación profesional.

En la tabla 7.2 se observa la distribución de características laborales claves respecto del tipo de medio en el que laboran los periodistas. Como hallazgo destaca que casi la mitad de los periodistas gana hasta dos salarios mínimos; la cifra de bajos salarios es menor en televisión, donde menos de la tercera parte de los entrevistados reportó esos salarios bajos. También destaca el hecho de que en los medios digitales es donde, predeciblemente, los periodistas tienen menor oportunidad de especialización, pues tienen que enfocarse en varios temas y sectores.

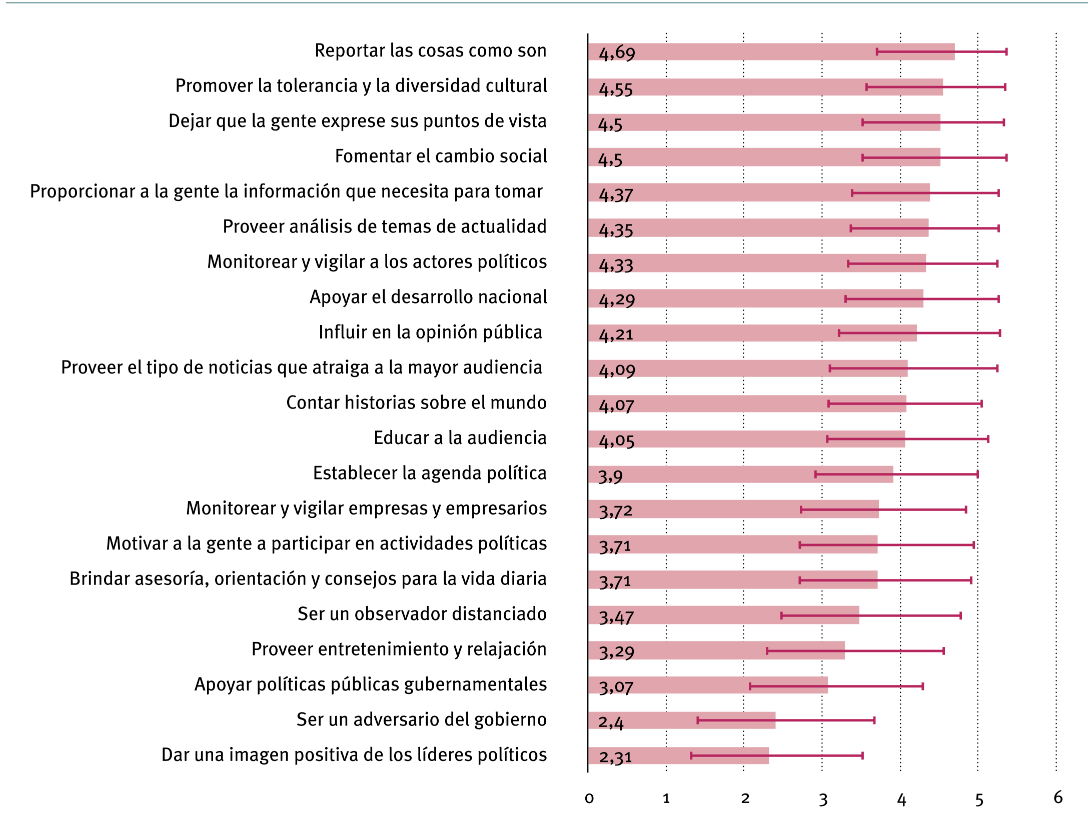
Tabla 7.2. Características laborales por tipo de medio

Características (% de respondientes)	Radio	TV	Impresos diarios	Impresos no diarios	En línea	Total
Puesto de rango gerencial/ directivo	14,1	8,3	4,7	6,7	11,1	9,6
Puesto de bajo rango	57,7	66,7	60,5	43,3	61,1	58,5
Especializado (cubre un solo sector informativo)	20,2	25,0	22,5	23,3	16,7	21,5
Percibe bajo salario (0-2 salarios mínimos)	47,5	30,6	51,2	50,0	41,2	47,0
Experiencia mayor a 10 años	61,3	45,7	55,8	46,7	33,3	55,5
Trabaja de tiempo completo	78,5	91,7	91,5	76,7	66,7	83,5

Percepciones sobre los roles profesionales de los periodistas en México

Uno de los aspectos más analizados de las culturas periodísticas alrededor del mundo son las funciones profesionales que los periodistas de determinado país o región apoyan con mayor o menor importancia, pues tal apoyo podría reflejar la tradición periodística y hasta el tipo de sistema de medios que allí predomina. Diversos estudios han dado cuenta de cómo, en democracias consolidadas con economías de mercado, las funciones de los periodistas tienden a ser más homogéneas, y existen claras divisiones entre quienes priorizan los roles asociados a la objetividad periodística, al llamado periodismo *watchdog*, o bien, cada vez más frecuentemente, al infoentretenimiento (Weaver, 1998; Hanitzsch, 2011; Hanitzsch et al., 2011). En contraste, según sus hallazgos, en los países en transición o con regímenes autoritarios y posautoritarios tienden a prevalecer funciones intervencionistas de los periodistas y roles asociados a la colaboración con el poder (Hanitzsch, 2011). Los resultados para el caso de México, como se observa en el gráfico 7.1, reflejan una adhesión de los periodistas a roles que han sido teorizados como típicamente contrastantes en la literatura, confirmando así otros estudios cuantitativos y cualitativos previos que dan cuenta de, en el mejor de los casos, la naturaleza híbrida del periodismo, y en el peor de los casos, de ambigüedad y tensión en los valores profesionales (Hughes, 2009; Mellado, et al., 2012; Márquez Ramírez, 2012). Al tope de la lista, y con un relativo consenso entre todos los encuestados, encontramos uno de los roles tradicionalmente asociados a la factualidad distanciada, el de reportar las cosas como son, que resultó abrumadoramente el más priorizado por los encuestados. Como segunda y tercera función más valoradas, alrededor de nueve de cada diez periodistas consideran muy o extremadamente importante la promoción de la tolerancia y la diversidad cultural y el fomento del

Gráfico 7.1. Roles de los periodistas en México. Pregunta «Por favor indique qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos en su trabajo» (5 es «extremadamente influyente» y 1 es «nada influyente»). Media de cada factor con barras de desviación estándar



cambio social, lo cual, en teoría, implicaría un cierto grado de intervención del periodista más allá de la mera diseminación de noticias. Le siguen, también con un porcentaje alto (mayor al 85 %) de valoraciones de alta importancia, roles considerados cívicos y democráticos como el de dejar que la gente exprese puntos de vista, el de monitorear y vigilar a los actores políticos, y el de proveer análisis de temas de actualidad.

Como puede observarse, una gran diversidad de roles asociados a distintas funciones y modelos de periodismo se suceden en la lista indistintamente, reflejando con ello que los roles que en otras latitudes son típicamente coherentes y cohesivos entre sí, no lo son necesariamente en el caso mexicano, con contextos de contingencia, conflicto y altas presiones. Por ejemplo, en medio de la lista hay roles como el de influir en la opinión pública, contar historias sobre el mundo o educar a la audiencia, dos de los cuales son típicamente intervencionistas, como aquellos al tope de la lista. En cambio, al final de la lista se encuentran roles típicamente asociados a funciones leales-propagandistas y de colaboración con el gobierno, típicas de sistemas autoritarios y posautoritarios o democracias emergentes, pero también roles asociados al modelo intervencionista o al infoentretenimiento, que se da en algunos países democráticos, o al modelo factual-objetivo y distanciado, típico del periodismo anglosajón. Por ejemplo, tenemos como último rol al que se le da importancia suprema, el de dar una imagen positiva de los líderes políticos, con una media de 2,31. Sin embargo, todavía, para casi un 15 % de periodistas en México esta función fue demasiado importante, lo que revela la inercia propagandista y clara continuidad con los sistemas previos que aún manifiestan algunos medios y regiones en México. Asimismo, la relativamente alta desviación estándar de esta función pudiera sugerir que hay desacuerdo en qué tan importante es este rol para los periodistas. Por otra parte, es de resaltar que el hecho de no asumirse como un aliado del gobierno no necesariamente implica asumirse como su adversario. De hecho, la penúltima función a la que se le dio prioridad es, precisamente, la de fungir como adversario del gobierno. Su alta desviación estándar indica que dicha función puede ser muy importante para unos periodistas, pero nada para otros, un indicador que pudiera reflejar los contextos específicos de cada región. Siguiendo con los roles menos priorizados, encontramos que tanto el apoyo a políticas públicas gubernamentales como la provisión de entretenimiento y relajación resultaron también entre los cinco roles con menos importancia declarada, pero igualmente con desviaciones estándares relativamente altas. Precisamente debido a la más alta desviación estándar entre todos los elementos, tenemos que el rol más controversial y menos consensuado entre los periodistas en México fue el de ser un observador distanciado, función típicamente asociada a la objetividad periodística, lo cual indica que los valores clásicos del periodismo anglosajón no son necesariamente adoptados universalmente como prioritarios por los periodistas de México. Es de destacar, por tanto, que los roles de mitad de la tabla para arriba fueron los más consensuados y los de la mitad para abajo los que obtuvieron menos

consenso en cuanto a su nivel de prioridad, sugiriendo que lo son para unos y no para otros. Con ello se refleja un mosaico complejo de funciones periodísticas en el contexto mexicano que no necesariamente está a tono con los hallazgos de países occidentales.

Percepciones sobre autonomía de los periodistas en México

Con el fin de ayudar a poner en contexto qué potencial tienen los ideales profesionales de los periodistas mexicanos para materializarse en su práctica cotidiana, es necesario mirar a sus condiciones de autonomía y, particularmente, a la libertad que tienen para informar sobre determinados temas y actores. Una primera parte de esta sección buscó indagar el grado de libertad que tienen los periodistas para elegir los temas sobre los que informan y el ángulo específico de cada historia. Además, como aporte para el estudio global comparativo de Worlds of Journalism, el equipo mexicano diseñó, propuso y aplicó una batería específica de preguntas que buscó dar cuenta de los temas y actores determinados sobre los que se tiene mayor libertad para informar. Como muestran los resultados de la tabla 7.3, la percepción generalizada de la autonomía para trabajar en sus temas es relativamente fuerte: tres cuartas partes de los periodistas mexicanos sienten que tienen mucha libertad, tanto para seleccionar las historias y notas en las que trabajarán como para enfatizar los aspectos de estas. La frecuencia con la que participan de decisiones editoriales es menor, pues el 56,6 % dijeron hacerlo siempre o muy seguido, pero con una desviación estándar relativamente alta, lo que significa que hay quienes no son tomados en cuenta para esta toma de decisiones.

Tabla 7.3. Percepciones de autonomía periodística (historias generales) (5 es «completa libertad» y 1 es «ninguna libertad»)

	N	Porcentaje de respuestas «completa» o «mucha»	Media	Desviación estándar
Libertad para seleccionar historias/noticias	373	75,6	4,05	0,96
Libertad para enfatizar aspectos de la noticia	376	76,1	4,09	0,93
Frecuencia con que participa en coordinación editorial (5 «siempre», 1 «casi nunca»)	376	56,6	3,63	1,40

El panorama de la autonomía profesional que gozan los periodistas en México queda más claro cuando se observan los temas y actores específicos sobre los que se tiene libertad para informar. Al tope de la lista, con porcentajes mayores al 80 % y medias de más de 4 puntos en una escala de 5, encontramos temas genéricos como la pobreza, actores como pueblos indígenas y la desigualdad económica o social en general, aun si las desviaciones estándares no son tan bajas y podrían sugerir algún nivel de disparidad. Sin embargo, los temas del fondo de la lista son los

que ofrecen resultados menos esperanzadores. En el penúltimo y el antepenúltimo lugar de los temas sobre los que tienen libertad para reportear, se encuentran la elite política y las fuerzas armadas, con una desviación estándar alta que sugiere que para algunos la libertad es muy baja y para otros es alta. Cabe destacar que la media para estos casos es de 3,55 y 3,40, respectivamente, lo que significa que aún son actores importantes sobre los que no siempre se tiene libertad para reportear. En último lugar y, predeciblemente, reflejando los contextos de creciente violencia criminal y agresiones contra periodistas, el tema de las organizaciones criminales es el que que los periodistas sienten que reportean con menor grado de libertad. El índice de desviación estándar más alto sugiere que en algunos medios y regiones la libertad es nula y en otros es mayor. La media menor a los tres puntos es, por tanto, indicativa de que se tiene en realidad poco margen de maniobra al reportear sobre las organizaciones criminales, como han indicado diversos autores que se enfocan en el análisis del periodismo regional (Del Palacio, 2015).

Las implicaciones de estos hallazgos son diversas. Como hemos afirmado en trabajos paralelos extraídos de este estudio, el grado de autonomía que tienen los periodistas mexicanos tanto para producir como para publicar noticias es multifactorial y está asociado a diversas influencias (Hughes et al., 2016). Por otra parte, la autonomía diferenciada que tienen los periodistas se refleja en el recurso de la censura y la autocensura como mecanismos de protección ante posibles riesgos en contextos de alta presión política y criminal (Hughes y Márquez, 2016).

Tabla 7.4. Percepciones de autonomía periodística sobre actores y temas específicos (pregunta por el grado de libertad que suele tener en la selección, desarrollo y publicación de historias sobre los mencionados actores y/o temas, donde 5 es «total libertad» y 1 es «ninguna libertad»)

	N	Porcentaje que contestó completa o mucha libertad	Media	Desviación estándar
La pobreza	376	85,6	4,41	0,93
Los pueblos indígenas o las minorías raciales	373	82,6	4,33	0,99
La desigualdad económica o social	375	81,9	4,33	0,96
El clero y las Iglesias	369	73,4	4,00	1,09
La elite económica	368	69,8	3,89	1,15
La elite política	375	55,2	3,55	1,09
Las fuerzas armadas	364	48,1	3,40	1,26
Las organizaciones criminales	361	28,3	2,63	1,41

Percepciones sobre fuentes de influencia en el trabajo de los periodistas en México

Con relación a la percepción que tienen los periodistas respecto de los factores que influyen en su trabajo, algunos aspectos enunciados corresponden al ámbito organizacional, personal, económico y de grupos de referencia. En ese sentido, cuatro de las diez fuentes percibidas como de mayor influencia

refieren a la organización: política editorial, jefes inmediatos, propietarios y altos directivos del medio —en los lugares 3, 5, 6 y 7, respectivamente—. Esto implicaría que dentro de las redacciones se encuentran los mayores posibles condicionantes de autonomía y libertad periodística, aun si un aspecto universal como la ética periodística resultó ser la mayor fuente de influencia del quehacer periodístico, el acceso a la información el segundo y la retroalimentación de la audiencia, el cuarto.

Cerrando los diez primeros lugares de la lista, se observa que más de la mitad de los periodistas consideran a los plazos y restricciones de tiempo, la relación con las fuentes y la legislación sobre medios como factores de gran influencia en su quehacer cotidiano. Aparecen también aspectos específicos que afectan al contexto mexicano: la censura, por ejemplo, es un factor de mucha influencia para más de 40 % de los periodistas en México; las fuerzas de seguridad como el ejército y la policía lo son para casi un tercio de ellos; y grupos civiles como las turbas, para casi una quinta parte de los encuestados. Estos resultados parecen ser el reflejo de un contexto de creciente violencia criminal en muchas regiones del país, cuyas consecuencias son las violaciones a los derechos humanos, las desapariciones forzadas, el deterioro de las instituciones, el precario Estado de derecho en varias regiones del país, y los climas de hostilidad y confrontación entre las fuerzas del orden y los movimientos sociales y de protesta. La alta desviación estándar de estos factores sugiere que aún se trata de fenómenos posiblemente focalizados, que no tienen el mismo grado de influencia para todos los respondientes.

Tabla 7.5. Percepción de potenciales influencias en el trabajo (5 significa «extremadamente influyente» y 1 «no es influyente»)

	N	Extremadamente o «muy» influyente	Media	Desviación estándar
La ética periodística	376	93,4	4,54	0,76
El acceso a la información	374	77,3	3,97	0,99
La política editorial	371	74,4	3,95	1,02
Retroalimentación de la audiencia	375	69,1	3,89	0,98
Sus jefes directos o editores	368	64,7	3,73	1,12
El dueño o dueños de su medio	367	63,8	3,72	1,30
Los altos directivos del medio	366	62,6	3,70	1,25
Plazos, cierres o restricciones de tiempo	367	57,8	3,56	1,16
Relación con fuentes noticiosas	371	55,8	3,49	1,21
La legislación sobre medios	366	53,6	3,41	1,19
Sus valores y creencias personales	330	52,7	3,45	1,38
Disponibilidad de recursos para obtener información	352	44,0	3,12	1,28
Investigación de audiencias y mercados	348	43,7	3,18	1,23

Por otro lado, los grupos de referencia como colegas de otros medios, amigos y familiares, o los empresarios, no se perciben tan influyentes; y pese a que, como se expuso en apartados anteriores, la religión es muy importante para más de la mitad de los periodistas en lo personal, es el factor de influencia menos importante para el trabajo periodístico. Cabe destacar que las variaciones entre respuestas para la mayoría de los factores fueron muy altas, como muestran las altas desviaciones estándar, particularmente para el caso de factores económicos, como expectativas de ganancia de la empresa, anunciantes e intereses publicitarios. Por otra parte, el aspecto que obtuvo un mayor índice de variación y desacuerdo fue el de los valores y creencias personales de los periodistas, lo que sugiere que la subjetividad es un aspecto importante pero controversial para el quehacer periodístico.

Orientaciones éticas de los periodistas en México

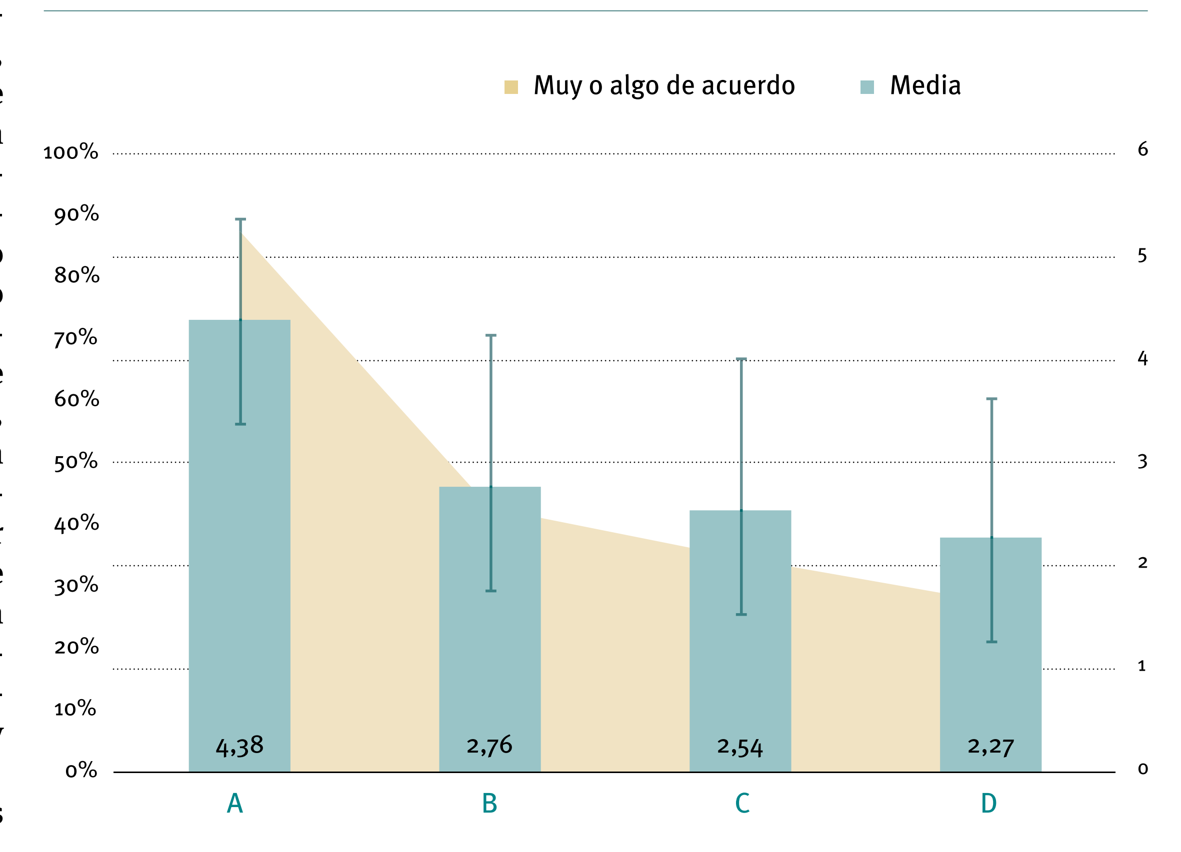
Uno de los aspectos que más ha interesado a los investigadores de las culturas periodísticas es la flexibilidad de la ética profesional, es decir, si los ideales éticos a los que adhieren los periodistas son relativos o absolutos respecto del contexto y la experiencia personal. En ese sentido, una vasta mayoría de los periodistas en México estuvieron de acuerdo con la postura de que los periodistas deberían adherir siempre a códigos de ética, independientemente de la situación o contexto. Sin embargo, otras respuestas sobre el mismo tema mostraron parcialmente

	N	Extremadamente o «muy» influyente	Media	Desviación estándar
La censura	354	41,0	3,03	1,42
Las expectativas de ganancia económica de la empresa	354	37,3	2,90	1,36
Las relaciones públicas	369	33,3	2,95	1,23
Otros medios de la competencia	367	33,0	2,91	1,14
Sus compañeros de trabajo de su medio	355	29,3	2,72	1,20
El ejército, la policía y las fuerzas de seguridad	350	27,4	2,63	1,28
Anunciantes e intereses publicitarios	354	26,8	2,64	1,32
Funcionarios de gobierno	359	23,1	2,51	1,28
Políticos	359	22,8	2,52	1,28
Grupos civiles (turbas)	359	22,8	2,68	1,14
Colegas de otros medios	360	17,5	2,38	1,14
Empresarios	360	16,7	2,38	1,17
Sus amigos, conocidos y familiares	345	15,9	2,19	1,19
Consideraciones religiosas	332	13,9	2,14	1,17

contradicciones con la primera postura. Por ejemplo, cuando se preguntó si lo que es ético en periodismo puede variar dependiendo de la situación específica, casi un 60 % estuvieron de acuerdo; así también, casi un 45 % respondieron que lo ético depende de un juicio personal, y un 39,2 % acordaron también cuando se usó la expresión «circunstancias extraordinarias». Sin embargo, para el caso de las tres variaciones de la pregunta inicial, es de notar que existió una de las desviaciones estándar más altas del todo el cuestionario, lo que sugiere que muchos periodistas sí creen que la ética periodística a veces puede depender del contexto y las circunstancias y otros, en congruencia con la postura inicial, no lo creen así. En otras palabras, aun si inicialmente casi la totalidad de los periodistas creen que deberían adherir a códigos de ética profesional independientemente del contexto y las circunstancias, entre un 40 % y un 60 % de ellos, al mismo tiempo y contradictoriamente, también creen que lo ético puede variar dependiendo de la situación específica, juicio personal y circunstancias extraordinarias.

Los resultados de las percepciones que tienen los periodistas en México sobre ciertas prácticas de reporteo y recolección de información consideradas como controversiales arrojan más luz sobre cuáles serían las prácticas que se justifican siempre y cuáles en ocasiones, dependiendo del contexto y las circunstancias. Si bien las cifras parecen mostrar un escepticismo generalizado por la mayoría de estas prácticas, un porcentaje menor de periodistas consideran que algunas de ellas estarían *siempre* justificadas: el uso de documentos confidenciales tuvo el

Gráfico 7.2. Orientaciones éticas de los periodistas (acuerdo o desacuerdo con enfoques hacia el periodismo)



A Los periodistas siempre deben adherirse a los códigos de ética profesional, independientemente de la situación y el contexto

B Lo que es ético en el periodismo es una cuestión de criterio personal

C Es aceptable dejar a un lado las normas morales si ciertas circunstancias extraordinarias así lo requieren

D Lo que es ético en el periodismo depende de la situación específica

visto bueno de casi 17 % de los encuestados; el uso de cámaras y micrófonos ocultos, más de 13 %; el fingir ser empleado de una organización para hacerse de información recibió 12,5 % de aprobaciones; y dramatizar las noticias por medio de actores, alrededor del 11% . En cambio, el porcentaje aumentó significativamente entre periodistas que consideran que esas prácticas están justificadas *en ocasiones*.

Hay tres prácticas en particular que recibieron baja aprobación respecto de su justificación total, pero considerablemente más alta respecto de su práctica en ocasiones. Cuando se trata de hacerse pasar por otra persona, se cuadriplicó el porcentaje de quienes creen que se justifica en ocasiones respecto de los que lo justifican siempre. Muy pocos periodistas justificaron de manera total el pagar a personas por información confidencial (3,5 %), pero el porcentaje es siete veces mayor entre quienes lo justificaron para ciertas ocasiones. Una tendencia similar ocurrió con el uso de documentos personales sin permiso, que fue justificada *en ocasiones* casi siete veces más de los que lo justifican *siempre*.

Por otra parte, el mayor consenso y menor grado de relativismo se encontró en la parte baja de la tabla, con prácticas que recibieron muy baja aprobación por los periodistas (menos del 5 %), en cualquier contexto, como el caso de la publicación de contenido no verificado, la alteración de fotografías, la alteración y fabricación de citas y la aceptación de dinero de las fuentes. Este último rubro parecería constituir un panorama significativamente diferente al de décadas atrás, cuando el llamado *chayote* (sobres conteniendo dinero que eran repartidos a los

Tabla 7.6. Justificación de métodos de reporteo controversiales

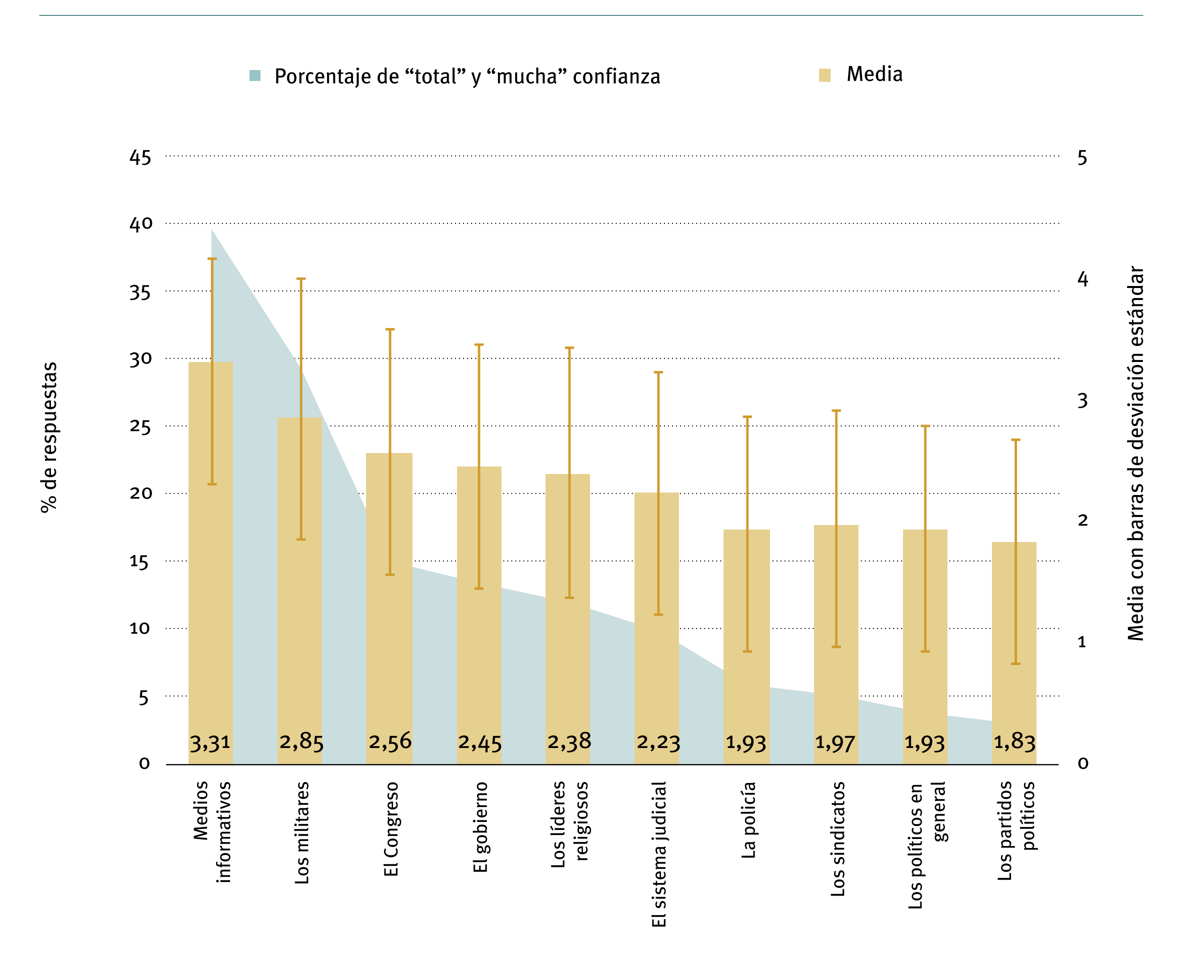
	N	Porcentaje que dijo «siempre justificado»	Porcentaje que dijo «justificado en ocasiones»
Usar documentos confidenciales de empresas o del gobierno sin autorización	376	16,8	41,8
Usar cámaras o micrófonos ocultos	376	13,3	46,3
Hacerse emplear en una empresa u organización para acceder a información de primera mano	376	12,5	30,3
Recurrir a la recreación o dramatización de las noticias por medio de actores	375	11,2	30,4
Hacerse pasar por alguien más	377	8,2	33,2
Ejercer presión sobre informantes no dispuestos a hablar para conseguir una historia	374	5,6	16,0
Publicar historias sin contenido verificado	377	3,7	4,2
Pagar a personas por información confidencial	375	3,5	25,6
Hacer uso de documentos personales como cartas o fotografías, sin permiso	375	2,9	19,2
Alterar o fabricar citas textuales de las fuentes	376	2,7	3,7
Aceptar dinero de las fuentes	376	2,4	3,5
Alterar fotografías	377	2,1	2,9

reporteros en las instancias de gobierno al final de los eventos públicos) era una práctica naturalizada y aceptada en los medios nacionales y aún más en los regionales, en donde se cree que aún podría existir la práctica.

Confianza institucional de los periodistas en México

La crisis de las instituciones y el débil Estado de derecho se refleja en los escasos índices de confianza institucional que muestran los periodistas en México. Ninguna institución gozó de la plena confianza de al menos la mitad de los periodistas y, en general, los índices no llegaron al 15 % para ocho de las diez instituciones listadas. En la cima de la tabla, los medios informativos gozaron de mucha o total confianza para el 40 % de los periodistas. Muy lejos de esa cifra, solo un tercio mostraron confianza plena en los militares, un 15 % en el Congreso, menos del 10 % en el sistema judicial y casi el 6 % en la policía. Los políticos y los partidos políticos resultaron las instituciones menos confiables para los periodistas, con índices de solo 3,8 y 3 % de plena confianza, respectivamente. Es de resaltar que justamente en los cinco últimos lugares de la tabla es donde hubo mayor acuerdo, con los menores índices de desviación estándar, lo que muestra que la desconfianza hacia partidos y políticos es generalizada. En contraste, pese a resultar la segunda institución más confiable (aun cuando contó son esa calificación para solo uno de cada tres respondientes), la desviación estándar de la confianza en el ejército fue de las más altas, lo

Gráfico 7.3. Confianza de los periodistas en las instituciones (porcentajes de respuestas «total» y «mucha» confianza; y media, con barras de desviación estándar)



que revela que la percepción sobre la institución castrense varía mucho entre los encuestados. Esta situación pudiera ser el reflejo del protagonismo que ha adquirido la institución en la llamada *guerra contra el narcotráfico* implementada oficialmente desde el Estado desde hace una década.

Conclusiones

Este estudio pionero en México ha aportado datos para conocer los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en el país. Encontramos que las redacciones son mayoritariamente masculinas y predominantemente profesionalizadas mediante la educación formal. Sin embargo, encontramos también que en las condiciones laborales se delinea una condición de precariedad de los periodistas, con bajos salarios pero mucha carga de trabajo. No solo no pueden especializarse en un solo sector, sino que además deben trabajar para dos o más medios y plataformas, y dedicarse a más de un trabajo. Respecto de los roles profesionales, se observa la asunción de funciones diversas e incluso contrastantes, que reflejan una cultura híbrida, sin un modelo periodístico claro. Sin embargo, en una coyuntura de amplias protestas, debilidad institucional y violencia, destaca el amplio apoyo que tienen roles asociados al cambio social. La autonomía que reportan los periodistas en cuanto a la selección y aspectos a enfatizar de las historias es relativamente alta, pero cuando se contrapone con la libertad para informar sobre algunos actores e instituciones en particular, surge un panorama más complejo, en el que los políticos y las organizaciones criminales ofrecen poco margen de maniobra para informar. Sin embargo, dentro de las redacciones, son las políticas editoriales y las posiciones jerárquicas de las empresas las que ofrecen mayor poder de influencia en el trabajo periodístico, lo que significa que la autonomía periodística en muchos casos continúa supeditada a intereses privados. Asimismo, la escasa confianza institucional que tienen los periodistas en el aparato político refleja su profundo escepticismo, particularmente en instituciones como los partidos políticos. Por último, la ética periodística resultó un terreno de contrastes, pues aun si la mayoría de los periodistas consideran que la ética periodística debe aplicarse más allá de circunstancias concretas, un número considerable tienden a relativizarla respecto de circunstancias específicas.

En estos hallazgos, se vislumbra la naturaleza heterogénea de los periodistas mexicanos, la amplia gama de presiones y situaciones a las que se enfrentan y los múltiples desafíos que deben sortear. Creemos que este breve panorama descriptivo de la cultura periodística mexicana habrá de arrojar luz para futuros estudios que busquen comparar los perfiles profesionales de los periodistas entre regiones y tipos de medios. Y servirá de diagnóstico útil y necesario para generar las estrategias que acompañen a los procesos de profesionalización y mejora de la calidad del periodismo mexicano.

Anexo: Metodología

Ante la falta de un censo nacional de medios y de periodistas, la primera etapa del estudio supuso el ensamble de una base de datos de 1083 medios informativos de nueve regiones del país que, a decir de expertos y observadores, comparten características: noroeste, norte, noreste, bajío-occidente, centro, Ciudad de México y zona metropolitana, este, penin-

sular y sur. Para calcular la población total de periodistas del país (que estimamos, en este equipo, entre 18.207 y 18.534), entrevistamos preliminarmente a 135 ejecutivos de medios a quienes les pedimos que informaran el número de personas que se dedicaban al periodismo al menos el 50 % del tiempo.

La muestra es representativa y fue construida en dos etapas. A partir de la base de datos de medios informativos, creamos una muestra estratificada de medios informativos a través de un muestreo aleatorio simple procedente de la base de datos, que reflejaba proporcionalmente tanto el número total de medios de cada una de las nueve regiones en que dividimos el país como también la segmentación por tipo de medio (medios digitales de noticias, estaciones de radio que transmiten noticias, canales de televisión, diarios e impresos no diarios), de tal forma que las regiones que tienen más medios estuvieran proporcionalmente representadas en la muestra. Luego procedimos a buscar un número determinado de periodistas dentro de cada medio, según el tamaño de la redacción, procurando la máxima variación de puesto, cargo y género. Obtuvimos 377 entrevistas, de las cuales 360 se realizaron vía telefónica o Skype, y 17 de ellas cara a cara, fuera de las instalaciones de sus medios (particularmente en Monterrey, Acapulco y Mérida). El nivel de confianza es de 95 %, el margen de error de ±5 % y la tasa de respuesta de 57 %. Las entrevistas se condujeron entre enero del 2013 y marzo del 2015.

El Salvador
¿Qué está cambiando en el periodismo salvadoreño?

Martín Oller Alonso, José Luis Benítez

La investigación del periodismo en América Latina ha estado marcada en los últimos años por el intento de conocer las particularidades que definen la profesión, las influencias que la determinan y las características que describen a los periodistas. Más aún en una región donde la confluencia y convergencia de las orientaciones profesionales occidentales con las prácticas autóctonas ha constituido un tipo de periodismo híbrido, que hasta el día de hoy no ha sido suficientemente analizado y estudiado bajo una perspectiva propia latinoamericana inherente a la particular idiosincrasia de la región. Este último aspecto se erige vital a la hora de establecer las bases teóricas de una supuesta cultura periodística de América Latina, más si cabe la debilidad metodológica y conceptual que aún existe en América Latina en las investigaciones sobre periodismo y la falta de originalidad de las teorías utilizadas para analizar a los periodistas latinoamericanos (Mellado, 2012).

Por ello, entender el tipo de periodismo en El Salvador y los cambios que en él se están produciendo, requiere del examen de los paradigmas periodísticos locales, que, a su vez, están definidos por las influencias contextuales nacionales, procedentes de los niveles de actor, institución y sistemas (Oller, 2015), e internacionales, originadas en la región latinoamericana.

Este estudio se completa con el análisis del perfil, la situación profesional y las percepciones de los periodistas salvadoreños acerca de los cambios en los factores de influencia y los aspectos que estructuran el periodismo en el país en los últimos años. Para ello, se vale de los resultados obtenidos de las

250 encuestas realizadas a periodistas en activo en 80 medios y agencias de comunicación salvadoreños dentro del proyecto Worlds of Journalism Studies (WJS). De este modo se presenta al lector una descripción, en primer lugar, del perfil psicográfico de los periodistas basada en las variables de edad, género, etnia, afiliación religiosa, tendencia política y nivel de educación y especialización.

En segundo lugar, se describe la situación profesional fundamentada en el rango, cargo y posición profesional, el tipo de contrato, los años de experiencia, la membresía a asociaciones profesionales y el tipo, alcance y propiedad del medio de comunicación en el que trabajan.

Y, en tercer lugar, se analizan las percepciones de los periodistas respecto a 1) las influencias contextuales y sus cambios en los últimos años, conforme a la relación entre el individuo y la sociedad y la interacción de las variables que caracterizan a los grupos a partir de una investigación multinivel (Hox, 2002) y 2) los cambios en la profesión, planteados como transformaciones en el trabajo periodístico y las percepciones que los periodistas tienen de ello, proyectados estos aspectos como la redefinición clave para la comprensión de la naturaleza comunicativa (Martín-Barbero, 2001) de un sistema en transformación, desarrollo, cambio social y autoconstrucción (Oller y Meier, 2012).

El perfil del periodista se constituye a partir de la ideología subyacente y de la jerarquía implícita de ciertas normas compartidas dentro de la profesión periodística salvadoreña. Lamentablemente, determinar y contrastar la evolución en el perfil, los rasgos y las características del periodista en el país es una tarea ardua, ante todo debido a la escasez de investigaciones realizadas en el área hasta el día de hoy. Esta falta de tradición investigativa determina el análisis del periodismo salvadoreño y de los cambios que se han ido produciendo en este durante los últimos años, y dificultan nuestro intento de delimitar los rasgos representativos del periodista típico salvadoreño.

En un intento por cambiar esta tendencia negativa en la investigación del periodismo en El Salvador, este estudio ofrece un análisis empírico del perfil típico del periodista local. Según los resultados, se trata de un profesional joven, masculino, tiene poca experiencia profesional y posee un título universitario.

La media de edad de los periodistas salvadoreños es de 32 años, aunque la mayor parte se encuentra en un rango de edad inferior, tal y como atestiguan, en primer lugar, la moda (26 años) y la mediana (28 años) y, en segundo lugar, el hecho de que más de la mitad (55,6 %) son menores de 30 años. Menos de un tercio de los encuestados (28,8 %) tienen entre 30 y 45 años, y solo el 11,2 % son mayores de 45 años. Debido a este perfil de edades, más de la mitad de los encuestados (57,2 %) cuentan con menos de cinco años de experiencia.

El periodismo en El Salvador es en la actualidad una profesión masculinizada, en la que la mujer mantiene una representación inferior al hombre dentro de las redacciones de los medios de comunicación (40,4 %). Los periodistas entrevistados cuentan con una adecuada formación: el 79,6 % poseen un título universitario, de los que un 67,2 % cuentan

con un título de grado, el 10 % de máster y un 2,4 % de doctorado. De los encuestados que no tienen una titulación universitaria, el 14,4 % tienen ciertos estudios universitarios, aunque no un grado, y el 5,4 % han completado la educación obligatoria. Del total de periodistas que cuentan con un título universitario, el 36,4 % están en posesión de una especialización en periodismo, el 16,4 % en un campo de la comunicación y el 34,5 % en ambas. Tan solo el 12,7 % de los encuestados tienen una especialización en otras áreas profesionales ajenas al periodismo o la comunicación. Sin embargo, a pesar del alto grado de formación de los periodistas, la relación entre el campo de especialización que estudiaron en la universidad y el área de cobertura informativa en la que trabajan dentro del medio se reduce considerablemente (46,9 %).

El actual gobierno de El Salvador, electo en 2014 y presidido por Salvador Sánchez Cerén, está en manos del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), un partido político que se autodenomina de centroizquierda-izquierda. Aunque los resultados de este estudio no permiten afirmar que se deba a su influencia, más de tres cuartos (77,3 %) de los periodistas salvadoreños mantienen la misma tendencia política gubernamental y se autodefinen como de centro (41,2 %) o de izquierda (36,1 %). Tan solo algo más de una quinta parte (22,7 %) declaran tener una ideología de derecha, asociada a inclinaciones ideológicas conservadoras.

A pesar de que hay una gran diversidad de etnias representadas en los medios de comunicación de El Salvador —caucasiano (3,3 %), indígena (3,3 %),

Tabla 8.1. El perfil de los periodistas en El Salvador

Edad (M en años)	32
Género (% mujeres)	40,4
Experiencia menor a 5 años (%)	57,2
Máximo nivel de educación (%)	
Estudios obligatorios incompletos	0,4
Estudios obligatorios	5,6
Grado, licenciatura	67,2
Máster	10,0
Doctorado	2,4
Algunos estudios universitarios diferentes al grado	14,4
Especialización en la formación universitaria (%)	
Periodismo	36,4
Otro campo de la comunicación	16,4
Periodismo y otro campo de la comunicación	34,5
Diferente al campo del periodismo	12,7
Ideología política (%)	
Izquierda, centro	36,1
Centro	41,2
Derecha, centro	22,7

asiático (0,4 %), afro (0,8 %), mestizo (0,4 %) y semita (0,4 %)—, los periodistas representan un grado de diversidad inferior al conjunto de la sociedad salvadoreña, debido a que el 91,2 % de ellos se identifican como latinos.

La representatividad de las confesiones religiosas entre los periodistas salvadoreños queda totalmente decidida por la religión cristiana, ya que casi dos tercios (61,9 %) profesan alguna de las confesiones de esta. Concretamente, el 47 % pertenecen a la confesión católica romana, el 11,7 % a la protestante luterana y el 3,2 % a la ortodoxa. En estos resultados destaca el alto número de los que afirman no estar integrados en ninguna comunidad religiosa (31,6 %), a pesar de que más de la mitad de los encuestados (50,8 %) consideran a la religión muy o extremadamente importante.

Etnia (%)	
Latina	91,2
Caucasiana (blanca)	3,3
Indígena	3,3
Afro	0,8
Asiático	0,8
Mestizo	0,4
Semita	0,4
Confesión religiosa	
Cristiana católica romana	47,0
Cristiana protestante luterana	11,7
Cristiana ortodoxa	3,2
Sin confesión religiosa	31,6
Budista	1,2
Otras	5,3

La situación profesional de los periodistas en los medios de comunicación de El Salvador

Si se pretende estudiar y definir la cultura periodística latinoamericana, y por ende la de los países de esta región, debe conocerse el régimen político y económico que la definen, la estructura del sistema mediático, el nuevo rol ejercido por la academia, las posibilidades de acceso a la información de la población, el rol de la sociedad civil y, por supuesto, la situación profesional de los periodistas (Oller y Chavero, 2016).

El sistema de medios salvadoreño se encuentra en pleno proceso de ajuste y adaptación a los nuevos

requerimientos impuestos por los actuales modelos de negocio, el rol ejercido por el gobierno en materia comunicacional, la acomodación de los procesos mediáticos a la relación con los actores políticos, económicos y ciudadanos y la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas fundamentales en la estructura y en los procesos periodísticos. Esta realidad demanda del periodismo una transformación, o al menos una adaptación, tal como se viene planteando en los foros de discusión sociales, políticos, económicos y mediáticos en los últimos años, y afecta directamente a la situación de los periodistas salvadoreños.

En los medios de comunicación de El Salvador, más de la mitad (56 %) de los periodistas ocupan una posición relacionada exclusivamente con la información dentro de las redacciones donde trabajan. De estos, el 35,6 % son reporteros, el 17,2 % redactores, el 0,4 % practicantes y el 3,2 % profesionales de carácter técnico como fotógrafos, cámaras y organizadores. Por otro lado, los profesionales que asumen responsabilidades dentro del área editorial y de producción suponen algo más de un tercio (34 %) de la plantilla de trabajadores, que corresponde a un 6,8 % de editores jefe, un 4,8 % de jefes de redacción, un 8 % de editores de asignaciones, un 4,4 % de jefes de departamento y un 10 % de editores principales. Los productores, profesionales a medio camino entre los dos grupos anteriores, constituyen el 9,6 % de los periodistas.

Los periodistas salvadoreños gozan de cierta estabilidad profesional debido a que, en primer lugar, el contrato que determina su prestación de servicios profesionales en las redacciones de los medios es a tiempo completo en más de dos tercios de los casos (68,8 %). Los encuestados que trabajan a tiempo parcial suponen un cuarto de la plantilla (26,4 %) y solo el 4,4 % lo hacen como *freelancers*. De los profesionales que trabajan a tiempo completo o parcial, el 71,7 % tienen una posición permanente, mientras que para el 28,3 % esta es temporal. En segundo lugar, los periodistas trabajan principalmente en una sola redacción (80,7 %), mientras que solo una quinta parte (19,3 %) lo hacen en dos o más. En tercer lugar, más de la mitad de los periodistas (51,3 %) trabajan en una sola plataforma o producto informativo, algo más de un tercio (37,8 %) lo hacen en dos o tres de forma simultánea y tan solo un 11 % lo hacen en cuatro o más. Sin embargo, casi tres cuartas partes (71,6 %) de los periodistas afirman que son generalistas y trabajan en varios temas o asuntos informativos, de modo que, aunque trabajan en una plataforma o producto concreto, están obligados a hacerlo en varios temas informativos diferentes, situación que les lleva a informar sobre diversos asuntos. Finalmente, casi un tercio (32,5 %) de los periodistas que se encuentran en activo dentro de las redacciones de los medios de comunicación salvadoreños desempeñan otras actividades profesionales ajenas al periodismo, mientras que dos tercios (67,5 %) se dedica de forma exclusiva a la profesión.

Los altos índices de individualismo y desconfianza en la región latinoamericana y la corta tradición del periodismo como profesión pueden ser dos de los principales factores que hacen que el nivel de asociacionismo entre los periodistas salvadoreños sea

bastante bajo: el 69,3 % no pertenecen a ningún tipo de asociación profesional.

Las áreas informativas donde trabajan normalmente los periodistas salvadoreños son: noticias/actualidad (22,9 %), política (17,1 %), crimen y ley (12,9 %), deportes (11,4 %) y entretenimiento, cultura y economía (cada una con un 8,6 %). Producen o editan una media de 18,4 notas o piezas informativas por semana, aunque la mitad (49,9 %) elaboran entre una y diez, y más de un tercio (38,8 %) realizan más de veinte.

La mayor parte de los periodistas salvadoreños (82,4 %) trabajan en medios de comunicación convencionales. De todos ellos, un 30,8 % desarrollan su actividad profesional en televisión, un 28 % en radio y un 22,8 % en prensa escrita, principalmente diarios. A pesar de ello, y debido a que los periodistas trabajan en varias plataformas simultáneamente, casi la mitad (44,8 %) lo hacen en medios *online*, ya sea en la sección *online* de los medios tradicionales (22,8 %) o en medios *online* independientes (22 %). Tan solo una mínima parte de los encuestados (2 %) desarrollan su actividad profesional en agencias de comunicación.

Según la propiedad de los medios de comunicación los periodistas salvadoreños trabajan, en su gran mayoría (91,6 %), en medios de propiedad privada, mientras que solo el 8,4 % lo hacen en medios públicos (1,2 %) o gubernamentales/oficialistas (7,2 %). Finalmente, con respecto al alcance de los medios de comunicación, los periodistas salvadoreños trabajan principalmente en medios internacionales (46 %) y nacionales (34,8 %). Tan solo una pequeña parte lo hacen en medios regionales (11,6 %) y locales (7,6 %).

Tabla 8.2. La situación profesional de los periodistas en El Salvador, en porcentajes

Posición/cargo en el medio de comunicación (%)	
Reporteros	35,6
Redactores	17,2
Editores y jefes de redacción	34
Productores	9,6
Profesionales con carácter técnico	3,2
Practicantes	0,4
Categoría de contrato (%)	
A tiempo completo	68,8
A tiempo parcial	26,4
Freelancer	4,4
Tipo de contrato (%)	
Posición permanente	71,7
Posición temporal	28,3
Número de redacciones en las que trabajan (%)	
Una sola redacción	80,7
Dos o más redacciones	19,3
Número de plataformas o productos informativos en los que trabajan (%)	
Una sola plataforma/producto informativo	51,3
Dos o tres plataformas/productos informativos	37,8
Más de cuatro plataformas/productos informativos	11
Número de frentes/temas/sectores informativo en los que trabajan (%)	
Generalistas	71,6
Especialistas	29,4

La percepción sobre los cambios en el periodismo de El Salvador

El periodismo salvadoreño ha experimentado un gran número de cambios desde que se diera por terminado el conflicto armado en 1992 y llegara oficialmente internet en 1995. Transformaciones que son de suma importancia y que deben ser conocidas por todos los profesionales del país involucrados en esta profesión. Por ello, este apartado ofrece una imagen lo más aproximada posible de la percepción que los periodistas tienen acerca de las influencias y los factores que determinan su actividad profesional dentro de los medios de comunicación del país durante los últimos años.

Las condiciones del periodismo están cambiando al ritmo que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) disponen (Salaverría, 2016), al igual que lo hacen todas las actividades en la sociedad y los procesos políticos y de producción de bienes y servicios (Castells, 1999). El periodismo en El Salvador no es una excepción. Una prueba de ello es que, según los resultados de este estudio, los principales cambios en las fuentes y los factores de influencia en el trabajo de los periodistas en los últimos cinco años se encuentran en torno al incremento de la repercusión de las redes sociales (94,2 %), el uso de los motores de búsqueda (96,2 %) y el perfeccionamiento de las habilidades técnicas (81,9 %) en las actividades profesionales. De modo que, aunque el desarrollo tecnológico difiere en los distintos países y sistemas mediáticos (Hallin y Mancini, 2004; Hanitzsch, 2007), el efecto de la globalización está generando la convergencia de las tecnologías, el periodismo y los periodistas en El Salvador, propiciando un nuevo tipo de interactividad dentro de los medios de comunicación que demanda nuevos conocimientos y polivalencias de los periodistas salvadoreños.

Actividades profesionales desarrolladas (%)	
Periodismo en exclusividad	67,5
Otras actividades ajenas al periodismo	32,5
Nivel de asociacionismo (%)	
Sí, asociado a algún tipo de asociación profesional	30,7
No	69,3
Otras	5,3
Áreas informativas en las que trabajan (%)	
Noticias/Actualidad	22,9
Política	17,1
Crimen y ley	12,9
Deportes	11,4
Entretenimiento	8,6
Cultura	8,6
Economía	8,6
Número de notas/piezas publicadas/editadas por semana	18,4
Entre una y diez (%)	49,9
Más de veinte (%)	38,8

El desarrollo de las TIC ha favorecido indiscutiblemente la relación entre los periodistas y su audiencia, favoreciendo un cambio dirigido al ejercicio de roles más activos e interactivos entre estos actores dentro del ambiente mediático y profesional. Además,

los periodistas son cada vez más conscientes de que los ciudadanos son también productores de noticias y han roto el monopolio profesional periodístico de impartir información (Masip y cols., 2015).

Esta realidad queda patente entre los periodistas salvadoreños, ya que consideran que uno de los aspectos que más se ha fortalecido en su trabajo en los últimos años es la interacción con su audiencia (82,9 %). Queda en evidencia entonces la influencia ejercida por la retroalimentación de la audiencia (88,7 %) en la organización, los procesos y las rutinas periodísticas dentro de las redacciones de los medios a partir de la generación de contenidos (84,5 %) y la participación en la producción informativa (80,2 %).

El proceso de profesionalización del periodismo que se está llevando a cabo en los países con gobiernos de tendencia progresista en América Latina, entre los que se encuentra El Salvador, los está llevando a plantear la formación superior universitaria como uno de los factores fundamentales a la hora de incrementar el nivel de profesionalismo de los periodistas. De igual modo, la aprobación de nuevas legislaciones en materia comunicacional que pretenden regular el funcionamiento de los sistemas mediáticos nacionales está provocando que los periodistas sean cada vez más conscientes de la necesidad de estar en posesión de una titulación universitaria, preferiblemente en la especialidad de periodismo u otra rama afín a la comunicación.

En El Salvador se mantiene esta tendencia. En primer lugar, porque los periodistas consideran que tener un grado universitario (82,1 %), preferiblemente en la especialidad de periodismo o comunicación (83,8 %), es uno de los aspectos que más se ha fortalecido en el

Tabla 8.3. Medios de comunicación en los que los periodistas desarrollan su trabajo en El Salvador

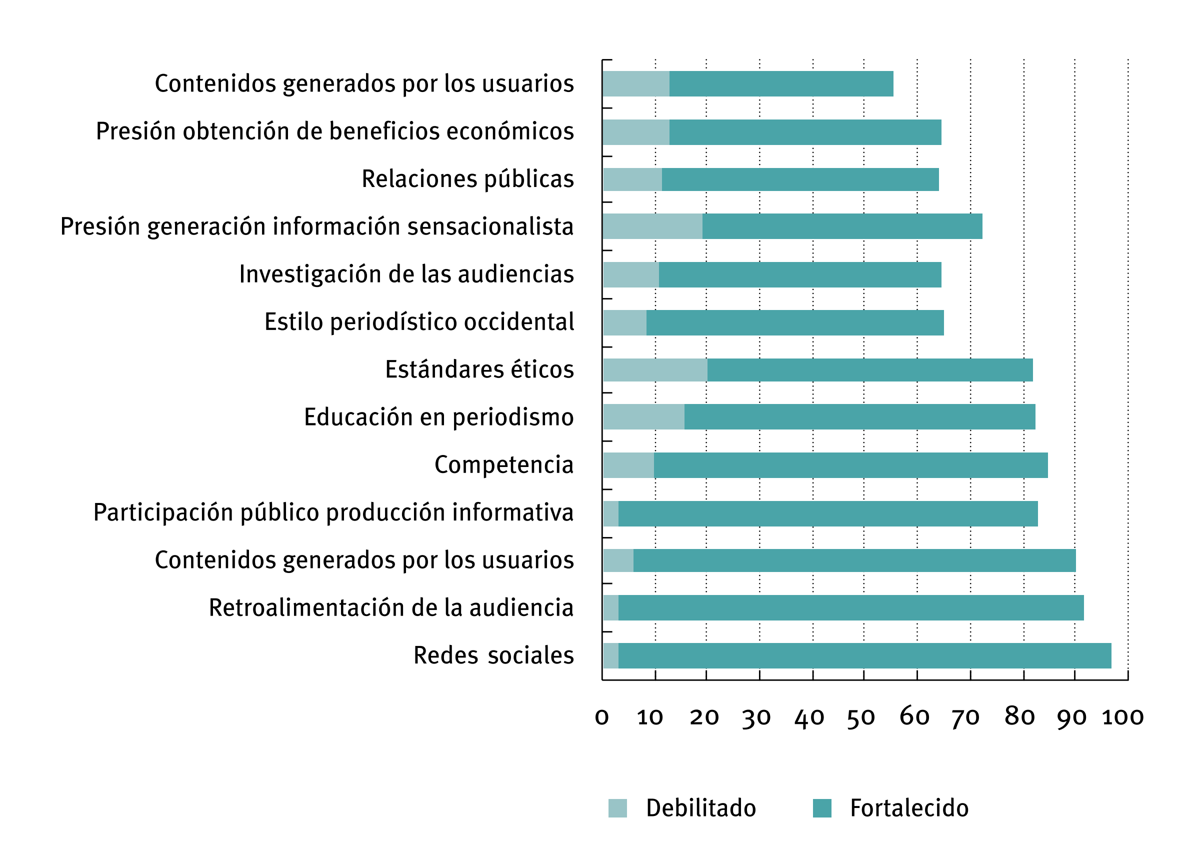
Tipo de medio de comunicación (%)	
Televisión	30,8
Radio	28,0
Prensa escrita	22,8
Medio de comunicación *online* dependiente	22,8
Medio de comunicación *online* independiente	22,0
Agencias de comunicación	2,0
Propiedad del medio de comunicación (%)	
Propiedad privada	91,6
Propiedad pública	1,2
Propiedad pública/oficialista	7,2
Alcance del medio de comunicación (%)	
Cobertura internacional	46,0
Cobertura nacional	34,8
Cobertura regional	11,6
Cobertura local	7,6

periodismo salvadoreño. Razón por la cual la educación en periodismo (67 %) es un factor de influencia considerado como requisito indispensable a la hora de ejercer la profesión periodística en la actualidad. Y, en segundo lugar, porque, aunque los periodistas son conscientes del incremento de la competencia entre los medios de comunicación (75 %) debido a que la mayoría trabajan en medios de propiedad privada, consideran que las influencias que menos se han incrementado son las relacionadas con los intereses económicos y de mercado como la investigación de las audiencias (53,4 %), la presión dirigida a la generación de información sensacionalista (53,3 %), las relaciones públicas (52,4 %), la presión para la obtención de beneficios económicos (51,9 %) y las consideraciones publicitarias (42,7 %).

En el otro lado de la balanza se encuentran los aspectos profesionales del periodismo salvadoreño que menos se han fortalecido, e incluso debilitado, durante los últimos años. Al igual que en otros países latinoamericanos, el incremento de la precariedad laboral es una realidad palpable. En Chile, por ejemplo, la precariedad en la profesión periodística se muestra en los bajos sueldos, el vértigo de la producción noticiosa a gran escala, el incremento de la competencia por la publicidad y las audiencias y el desprestigio de los medios y la profesión (Lagos y Cabalin, 2013). Al respecto, encontramos varias similitudes con el caso del periodismo en El Salvador.

En primer lugar, los periodistas salvadoreños consideran que se han incrementado las horas de trabajo promedio (69,6 %) (es la única variable del análisis donde ningún periodista consideró que se

Gráfico 8.1. Cambio de la importancia de las fuentes y los factores de influencia en los últimos cinco años (respuestas «Se ha debilitado» o «Se ha fortalecido», sin tomar en cuenta «No hubo cambios»)

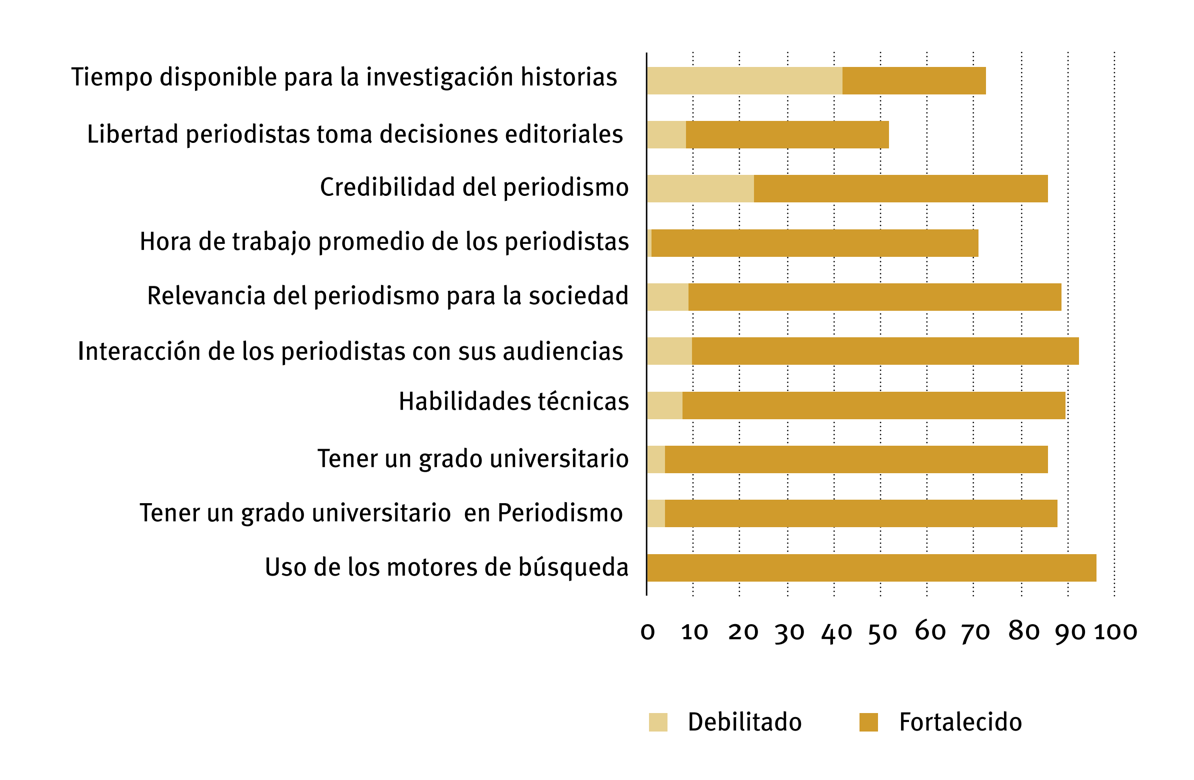


había debilitado); en segundo lugar, estiman que se ha reducido el tiempo disponible para la investigación de las historias (es la única variable donde los periodistas consideraron que se había debilitado más que fortalecido, con un 41,9 %); y, en tercer lugar, afirman que la libertad de los periodistas en la toma de decisiones editoriales es una de las variables que menos se ha fortalecido (43,4 %).

La crisis de confianza en los medios repercute en su credibilidad y legitimidad social, aunque esta falta de confianza no es exclusiva de los medios de comunicación (Oller y Chavero, 2016). América Latina cuenta, junto con África, con el menor índice de confianza interpersonal (Latinobarómetro 2015). A pesar de que los datos que arrojan los estudios en la región no son alentadores, un porcentaje relativamente alto de periodistas salvadoreños (63,2 %) consideran que la credibilidad del periodismo en el país se ha fortalecido, aunque casi un cuarto (22,6 %) estiman que se ha debilitado.

Finalmente, la relación entre credibilidad y confianza va indisolublemente unida a la ética profesional, materializada en los códigos deontológicos de los medios de comunicación y a los que todos los periodistas deben acogerse. Sin embargo, existe una gran disparidad de opiniones entre los periodistas salvadoreños al respecto, ya que tanto la credibilidad del periodismo como los estándares éticos resultan las variables más controvertidas, tal como indican los altos índices de desviación estándar (1, 205 y 1, 308, respectivamente).

Gráfico 8.2. Cambio de la importancia de algunos de los principales aspectos en el trabajo en los últimos cinco años (sin tomar en cuenta «No hubo cambios»)



El perfil de los periodistas en El Salvador

El periodista salvadoreño es un profesional joven, masculino, posee poca experiencia profesional y cuenta con un título universitario. Estas características muestran a un prototipo de profesional perteneciente a la generación *millennial* que viene a dar el relevo generacional en las redacciones a los periodistas de mayor edad que han desarrollado su actividad profesional dentro del denominado *viejo* periodismo. A pesar de ello, aun se muestra un perfil profesional masculinizado, reflejo de una sociedad basada en los valores tradicionales que impide un ingreso más ágil de la mujer al mundo profesional, y por ende al mercado mediático, y permite la perpetuación de lo masculino sobre lo femenino.

Los altos índices de titulación y especialización de los periodistas salvadoreños son prueba de que la

academia y la formación reglada juegan un rol principal dentro del proceso de profesionalización del periodismo en el país. De igual modo, podrían ser el resultado de las nuevas legislaciones en materia comunicacional dirigidas a la regulación del ejercicio periodístico y el sistema mediático. Sin embargo, dentro de su medio de comunicación, una gran parte de los periodistas no trabajan en la especialidad en la que se formaron en la universidad. Este aspecto refleja la brecha entre la academia y el mercado mediático y muestra una falla en el proceso de vinculación entre la universidad y los medios de comunicación, quizás por el hecho de que los medios aún consideran que la universidad sigue teniendo un carácter eminentemente teórico y que los académicos perciben que los medios no tienen interés en el trabajo que desarrollan.

El proceso de profesionalización del periodismo se está llevando a cabo en paralelo a una idea política progresista planteada desde el gobierno del país, en la misma línea que otros países como Ecuador, Bolivia, Uruguay, Venezuela, entre otros. Los resultados muestran que la mayor parte de los periodistas comparten esta tendencia ideológica política progresista, que se enmarca en la corriente latinoamericana denominada como *socialismo del siglo XXI*.

La diversidad étnica dentro de las redacciones salvadoreñas es ficticia, ya que el ser «latino» se plantea como la etnia hegemónica, a pesar de que esta acepción podría generar confusión. De igual modo, la representatividad de las confesiones religiosas queda marcada, en primer lugar, por la predominancia de la religión cristiana, principalmente de la confesión católica romana, y, en segundo lugar, por una tendencia a la secularización, reflejo de la progresiva pérdida de importancia e influencia de los líderes religiosos en la sociedad salvadoreña. Sin embargo, el hecho de que los periodistas asignen una gran importancia a los valores y a las instituciones religiosas muestra de nuevo, y afianza, la idea de una sociedad anclada en los valores tradicionales.

La situación de los periodistas salvadoreños

La mayor parte de los periodistas salvadoreños trabajan como redactores, reporteros o en actividades de carácter técnico, ocupando puestos profesionales que no requieren de la toma de decisiones editoriales o de producción. Esta situación es similar a la de otras redacciones de todo el mundo, pero específicamente se caracteriza por, en primer lugar, la falta de tiempo, debido a la urgencia de lo inmediato y la imposición de *deadline* en la elaboración de la información, y la baja capacidad de participación en las decisiones editoriales que les concierne, les impide contar con el tiempo y la disposición suficiente para tomar todas las decisiones en torno a su trabajo. Esta situación conlleva una evidente pérdida de autonomía y libertad de actuación, que les supone estar sometidos a la camisa de fuerza del tiempo/inmediatez y la restricción en el acceso a la decisión editorial final sobre su trabajo.

En segundo lugar, en las redacciones salvadoreñas existen una ingente cantidad de cargos intermedios de responsabilidad, un aspecto que acentúa la sensación

que los periodistas tienen de jerarquización y verticalidad de las estructuras de los medios de comunicación. Esta división de responsabilidades afecta directamente en un incremento de la burocratización de los trámites necesarios para gestionar las actividades administrativas, complicando en exceso la realización de todas estas gestiones, e incrementa la dificultad de acceso a los cargos de responsabilidad superiores y, por tanto, a la toma de las decisiones finales.

A pesar de que la precarización profesional de los periodistas salvadoreños se refleja en ciertos procesos y estructuras dentro de las redacciones, la mayor parte de ellos cuentan con un contrato a tiempo completo y permanente, lo que supone cierta estabilidad contractual, factor fundamental a la hora de decidir ejercer esta profesión. A esto se une que la mayor parte de ellos tienen la posibilidad de dedicarse en exclusividad al periodismo. Esto es positivo desde dos puntos de vista; en primer lugar, permite a los periodistas tener unos mayores índices de productividad y, en segundo lugar, indica que las prestaciones salariales, al menos teóricamente, podrían ajustarse a sus necesidades personales y profesionales.

En esta misma línea positiva, a nivel general, los periodistas trabajan en una sola redacción, aspecto que les facilita su organización espacial y evita la pérdida de tiempo en cambios de redacción, agiliza los trámites y les permite una mayor libertad en la gestión de su tiempo y espacio.

En las redacciones, los periodistas generalmente desarrollan su actividad profesional en una plataforma o, a lo sumo, en dos o tres. En un primer momento, esta situación facilita la especialización del periodista. Sin embargo, la especialización que los periodistas adquieren en la facultad de periodismo no suele estar relacionada con el área de trabajo dentro de su medio, lo que le provoca la imperiosa necesidad de readaptar sus conocimientos a las funciones profesionales y técnicas exigidas en cada sección y disminuye la calidad de los contenidos y el producto final. Además, al tener que trabajar en varios temas y frentes informativos dentro de las plataformas correspondientes, se ven obligados a desarrollar un trabajo de corte generalista que les obliga, cada vez más, a ser profesionales *multifunción*.

En el desarrollo y elaboración de los temas y frentes noticiosos por parte de los periodistas salvadoreños existe una gran asimetría, relacionada directamente con su posición de responsabilidad en la redacción: aquellos que no tienen responsabilidad editorial están obligados a producir un número mucho mayor de notas informativas que los que asumen estas responsabilidades.

Entre los temas y frentes noticiosos en los que trabajan los periodistas sobresale el referido al área que aborda la criminalidad en el país. Aunque en un primer momento podría pensarse que los medios de comunicación en el país tienen un marcado carácter amarillista, lo cierto es que El Salvador es el país con mayores problemas de delincuencia y donde la percepción de inseguridad es la mayor, junto con Venezuela, en América Latina (Latinobarómetro 2015), lo que obliga a los periodistas a cubrir este tipo de casos y a informar acerca de esta realidad.

Uno de los principales problemas en la profesión periodística son los altos niveles de individualismo,

reflejo de una sociedad salvadoreña y latinoamericana que se encuentra en una fase materialista afectada por las mejoras en sus condiciones de vida y que ha abandonado las acciones colectivas para acentuar las metas individuales. Ello explica, junto con los problemas de autoidentificación del periodismo como profesión, los bajos niveles de adhesión de los periodistas salvadoreños a cualquier tipo de asociación, institución o movimiento profesional.

Respecto al tipo, propiedad y cobertura de los medios de comunicación en los que trabajan los periodistas salvadoreños, la mayor parte sigue desarrollando su actividad profesional en medios convencionales masivos. A pesar de ello, se muestra una rápida penetración y consolidación de los medios digitales y *online* en el país. Prueba de este ascenso imparable de las secciones y medios *online* en El Salvador es que aproximadamente 150 profesionales se dedican a la producción de noticias y contenidos en internet y los medios destinan cada vez más sus posibilidades y recursos a la creación de espacios físicos y recursos humanos al ciberperiodismo (Molina Tamacas, 2016).

A pesar de la creación del Sistema Nacional de Medios del Estado y el trabajo de la Secretaría de Comunicaciones, adscrita a la Presidencia de la República, los resultados de nuestro estudio muestran un sistema mediático eminentemente privatizado. Además, el intervencionismo gubernamental en la regulación del sistema mediático salvadoreño lleva a los periodistas a asociar a los medios públicos con medios gubernamentales/oficialistas, con la consiguiente pérdida de su carácter público y una acentuación de su condición instrumental al servicio del gobierno de turno.

Finalmente, en El Salvador existe un desequilibrio en el sistema mediático, en el que predominan los medios de comunicación internacionales y nacionales y hay una baja representatividad de medios de comunicación regionales y locales, lo que dificulta la penetración de los medios populares, alternativos y comunitarios, definidos por estar apartados de la lógica comercial, su carácter social y la defensa de los derechos de los grupos minoritarios o en peligro de exclusión social.

Los cambios en el periodismo de El Salvador

Los cambios que se están sucediendo en el periodismo de El Salvador están relacionados principalmente con el incremento paulatino del nivel de desarrollo tecnológico de la sociedad salvadoreña. Las TIC han penetrado en el campo profesional periodístico modificando y alterando los roles de los periodistas y la audiencia. Esta realidad está llevando a los medios de comunicación hacia una obligada adaptación a las nuevas plataformas y herramientas digitales, de forma que puedan optimizar el trabajo de los periodistas y su relación con su público, compuesto por una audiencia cada vez más formada, con mayor acceso a la información y con un rol más activo respecto a la generación, asimilación y creación de contenidos. En esta relación de los periodistas con sus audiencias, las redes sociales y los motores de búsqueda se han ido configurando como

herramientas fundamentales de recepción, gestión, publicación e intercambio de contenidos para el trabajo diario de los periodistas salvadoreños, tanto en puntos de acceso fijos como móviles.

El marcado declive del modelo de negocio periodístico en todo el mundo afecta en igual medida al periodismo salvadoreño, cuyos medios se ven obligados, en muchos casos, a un intento desesperado de modificar las fórmulas de gestión económicas y mutar hacia plataformas electrónicas y digitales.

Las demandas comerciales respecto a los medios de comunicación como industria no se reflejan en los periodistas salvadoreños en forma de presiones económicas procedentes de los dueños y los grupos de poder financiero. Este aspecto resulta paradójico, incluso contradictorio, en un sistema mediático eminentemente privatizado como el salvadoreño, y se debe a dos aspectos fundamentales. Por un lado, los medios de comunicación actúan como membranas encargadas de filtrar todas las influencias procedentes del exterior. De este modo, los primeros agentes en recibir tales influencias e informaciones son los cargos de responsabilidad superior. Desde este nivel hasta el más bajo, compuesto por los redactores, reporteros y personal técnico, hay un gran número de puestos intermedios que se encargan de ir tamizando sucesivamente todas estas influencias e informaciones. Por ello, cuando llegan al periodista se reduce considerablemente su intensidad. Por otra parte, el intercambio de roles entre los poderes públicos (constitucionales) y los económicos (fácticos) respecto al control de los medios de comunicación y el trabajo de los periodistas es una realidad que se está acentuando en los últimos años y está provocando un traspaso desde las presiones comerciales a las gubernamentales. De modo que, aunque se mantiene la estructura clásica privada del sistema mediático, el gobierno está dando grandes pasos hacia la generación de un nuevo modelo económico donde quede integrado todo un engranaje de medios públicos destinado a generar un tipo de periodismo enfocado en el denominado *bien común*.

La realidad tecnológica, el modelo de negocio y las políticas gubernamentales están llevando a los periodistas a someterse a una serie de cambios acelerados de formación, capacitación y educación técnica. Prueba de ello es que cada vez un mayor número de profesionales poseen una titulación superior en la especialidad de periodismo o en un campo afín a la comunicación. Este proceso de formación es una de las columnas maestras que sostienen el proceso de profesionalización del periodismo en El Salvador. El reto para las universidades es conseguir adaptarse a los requisitos regulatorios impuestos desde el gobierno y a las necesidades prácticas y técnicas que requiere la profesión periodística actual.

Como conclusión hay que destacar que los mayores índices de precariedad profesional de los periodistas salvadoreños, a pesar de que gozan en su mayor parte de estabilidad contractual, están relacionados con los procesos y las rutinas diarias en las redacciones y su poca capacidad de participación y decisión editorial. Estos aspectos les reducen sus posibilidades de participación y decisión, lo que disminuye su percepción de la profesión como gremio y colectivo con los mismos intereses, aspecto funda-

mental en un momento donde la credibilidad del periodismo y los periodistas se está viendo seriamente dañada por la falta de una identidad propia de la profesión y la desconfianza procedente de los ciudadanos y la sociedad en general. Esta situación todavía se agrava por la baja percepción que los periodistas tienen de este hecho, aunque existe un considerable grupo, que probablemente se irá incrementando con el tiempo, que es consecuente con esta realidad.

La importancia de aspectos como la credibilidad de los periodistas y la confianza de las audiencias se debe a que ambos conceptos están firmemente unidos a los valores de ética profesional, materializados en los códigos deontológicos que posee la profesión periodística. De modo que la gran duda dentro del periodismo salvadoreños es, en primer lugar, si los periodistas aún mantienen su credibilidad o, por el contrario, la están perdiendo, siguiendo la tendencia mundial, y, en segundo lugar, si los códigos éticos están siendo respetados y tenidos en cuenta a la hora de ejercer la profesión.

Anexos

Tabla 8.4. Cambio de la importancia de las fuentes y los factores de influencia en el trabajo de los periodistas en El Salvador en los últimos cinco años

	N	Debilitado (%)	Fortalecido (%)	Media	Desviación estándar
Redes sociales	103	2,9	96,2	4,63	0,767
Retroalimentación de la audiencia	106	2,8	88,7	4,29	0,816
Contenidos generados por los usuarios	103	5,8	84,5	4,28	0,933
Participación del público en la producción informativa	106	2,8	80,2	4,22	0,894
Competencia	104	9,6	75,0	4,00	1,061
Educación en periodismo	103	15,5	67	3,87	1,250
Estándares éticos	106	19,8	62,2	3,72	1,308
Estilo periodístico occidental	94	8,5	56,3	3,64	0,960
Investigación de las audiencias	101	10,9	53,4	3,63	1,111
Presión dirigida a la generación de información sensacionalista	105	19,1	53,3	3,63	1,265
Relaciones públicas	105	11,4	52,4	3,61	0,995
Presión para la obtención de beneficios económicos	104	12,5	51,9	3,58	1,103
Consideraciones publicitarias	103	12,7	42,7	3,47	1,145

Tabla 8.5. Cambio de la importancia de algunos de los principales aspectos en el trabajo de los periodistas en El Salvador en los últimos cinco años

	N	Debilitado (%)	Fortalecido (%)	Media	Desviación estándar
Uso de los motores de búsqueda	106	0,0	96,2	4,66	0,550
Tener un grado universitario en la especialidad de Periodismo o en un campo relacionado con la comunicación	105	3,9	83,8	4,30	0,867
Tener un grado universitario	106	3,8	82,1	4,28	0,848
Habilidades técnicas	105	7,7	81,9	4,18	1,054
Interacción de los periodistas con sus audiencias	105	9,5	82,9	4,13	0,981
Relevancia del periodismo para la sociedad	105	8,6	80	4,11	0,954
Hora de trabajo promedio de los periodistas	105	1,0	69,6	4,10	0,861
Credibilidad del periodismo	106	22,6	63,2	3,64	1,205
Libertad de los periodistas en la toma de decisiones editoriales	106	8,5	43,4	3,41	0,934
Tiempo disponible para la investigación de las historias	105	41,9	30,5	2,89	1,211

Venezuela
El periodismo en condiciones precarias

Andrés Cañizález, Pablo Enrique Paz

Históricamente el periodismo en Venezuela tuvo una aproximación más bien ensayística para explicar, analizar y contextualizar su práctica profesional. Ha sido iniciativa de las organizaciones no gubernamentales, y no tanto del campo académico universitario ni de la esfera gremial, la labor de tratar de construir mapas explicativos sobre el trabajo periodístico venezolano con herramientas de cuantificación.

El año 2002, que fue particularmente intenso en la vida pública venezolana, es la fecha de inicio de los informes sobre la situación de la libertad de expresión que de forma conjunta elaboraron las asociaciones civiles Espacio Público y el capítulo venezolano del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS). Este último, si bien apunta al ejercicio general de este derecho, comienza a poner foco en asuntos que afectan directamente al trabajo periodístico, como lo eran en aquel momento (y lo siguen siendo) contabilizar las agresiones directas contra comunicadores, los ataques a las sedes de medios de comunicación y las acciones de intimidación o descrédito contra reporteros y editores (Cañizález y Correa, 2003).

Este primer informe sirvió para documentar el ejercicio periodístico, con indicadores cuantificados, en medio de lo que fue el fallido golpe de Estado que se vivió en abril de 2002 contra el entonces presidente Hugo Chávez, o lo que fue el papel mediático en el llamado *paro petrolero* de fines de aquel año, que también buscaba la salida anticipada de Chávez del poder. Fue un año de cruda polarización y conflictividad en Venezuela y el periodismo parecía haber quedado en medio de la línea de fuego, si nos guiamos por las cifras de aquel informe como de los sucesivos.

La alianza entre Espacio Público y el IPYS se mantuvo por tres ediciones del informe de situación para luego dar paso, a partir de 2005, a un informe de Espacio Público centrado en la libertad de expresión (Correa, 2006) y otro de de IPYS enfocado más en las limitaciones específicas al periodismo (Scharfenberg, 2007).

Por otro lado, a partir de 2012 organizaciones de la sociedad civil comenzaron a aplicar encuestas a periodistas en Venezuela. La asociación civil Medianálisis utilizó ese año los indicadores de desarrollo mediático de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2010) e inspirándose en estos hizo la primera encuesta nacional a periodistas en Venezuela (Cañizález y Reyes, 2014). Luego, en 2015, desarrolló una metodología propia con la finalidad de replicar en el tiempo y generar información anual que pueda contrastarse, sobre la situación del periodismo en Venezuela (Cañizález, 2015). En 2016 repitió la aplicación de este instrumento, cuyos resultados (Medianálisis, 2016) son justamente la base para este artículo.

Paralelamente a la iniciativa de Medianálisis, que utiliza entrevistas cara a cara visitando las redacciones y sedes de medios en las ocho principales ciudades del país, el Instituto Prensa y Sociedad hizo también, a partir de 2014 y por primera vez, sondeos telefónicos y digitales que publicó luego bajo el título *La orden es el silencio* (IPYS, 2014) y al año siguiente *Periodismo en arenas movedizas* (IPYS, 2015). En ambos casos, los estudios ponen el énfasis en aspectos como censura y autocensura.

Para este artículo tomamos como referencia los resultados de la encuesta de Medianálisis en 2016. Este estudio se realizó sobre una muestra de 365 periodistas dividida en dos grandes grupos: por un lado se contempló a comunicadores de la llamada Gran Caracas (45,20 % de la muestra), mientras que el resto de los encuestados (54,8 %) correspondieron a las capitales de los estados (provincias) de Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Lara, Táchira y Zulia. Los medios de comunicación considerados para la constitución de la muestra fueron diarios impresos, radio, televisión y web.

Descripción del estudio

El estudio de Medianálisis sobre la situación del periodismo en Venezuela tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental, a partir de la aplicación de una encuesta «cara a cara», constituida por 51 ítems en forma de preguntas cerradas, en las localidades con las mayores masas poblacionales urbanas del país.

La investigación de campo debió sortear una notable dificultad: la ausencia de información consolidada y confiable en Venezuela sobre el número de periodistas que laboran profesionalmente en los medios de comunicación. Pese a que en el país existe una ley de colegiación obligatoria y el título universitario en el área es requisito para el ejercicio profesional, el gremio periodístico está menguado al punto de que no posee datos nacionales sobre cuántos de sus agremiados están efectivamente laborando como periodistas. Tampoco las universidades del país tienen cifras al respecto. La estrategia investigativa, entonces, consistió en hacer una muestra inten-

cional de medios (prensa, radio, televisión y web) y acudir personalmente a estos, en las diferentes ciudades, para captar y entrevistar a los periodistas en su propio espacio de trabajo.

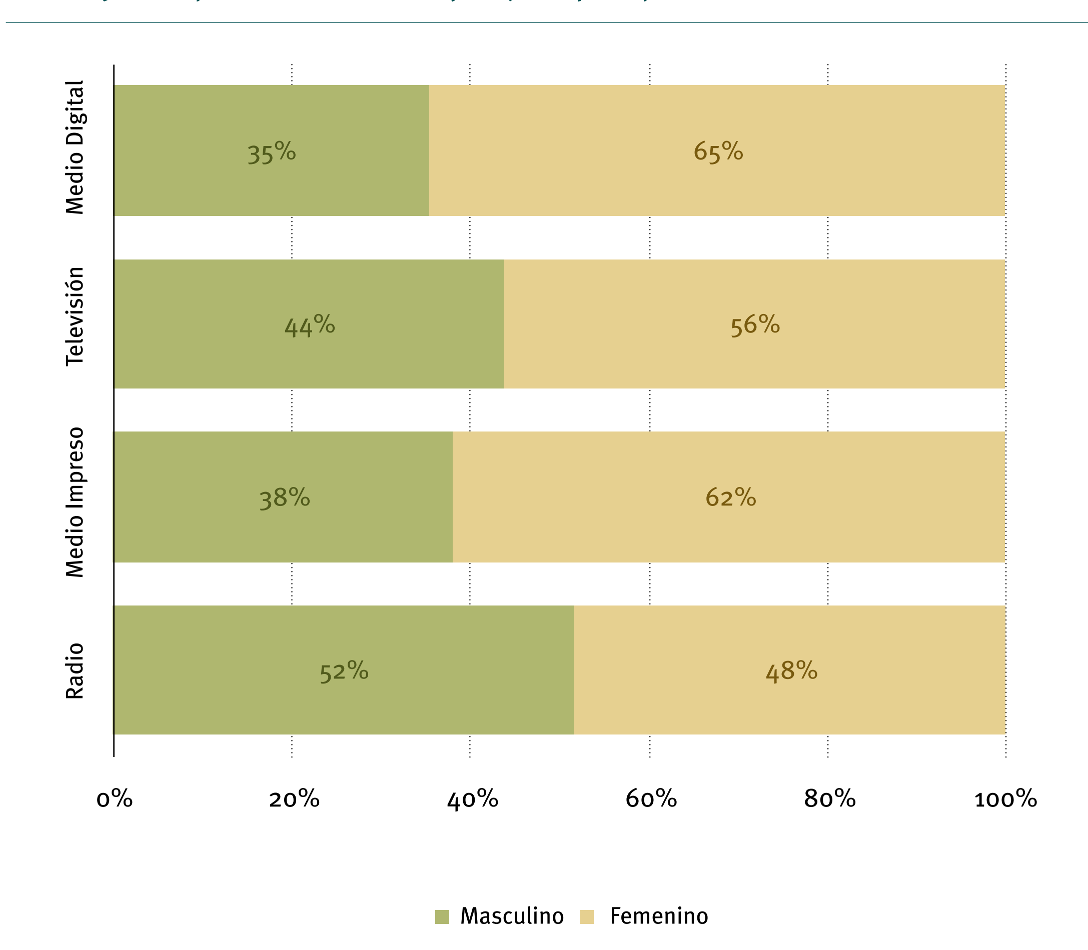
Para Medianálisis, y en nuestro caso como autores de este artículo y directivos de esta asociación civil, la investigación realizada no pretendía otra cosa que develar la realidad del periodismo como sector relevante, en un momento dado y en un entorno nacional específico, sin que ello signifique la comprobación de hipótesis alguna. Básicamente se trató de apelar a la opinión expresada por los periodistas, que en estas páginas se presenta contabilizada, sistematizada y organizada.

Los resultados y sus relaciones

Toda vez que la intención última del estudio es una visualización descriptiva de los escenarios y contexto vigentes en el ejercicio profesional del periodismo en Venezuela, la revisión de los resultados se centra en la organización analítica de los datos obtenidos y de las relaciones que algunos de los indicadores observados pudieran tener entre sí. La descripción del panorama venezolano en materia de periodismo quedó de alguna manera impresa a partir de las características de la muestra consolidada para la instrumentación de la encuesta nacional aplicada a representantes y operadores de los medios de comunicación en todo país.

Entre los 365 periodistas consultados en las diferentes ciudades seleccionadas, había 158 hombres (43 %) y 207 mujeres.

Gráfico 9.1. Proporción de hombres y mujeres por tipo de medio



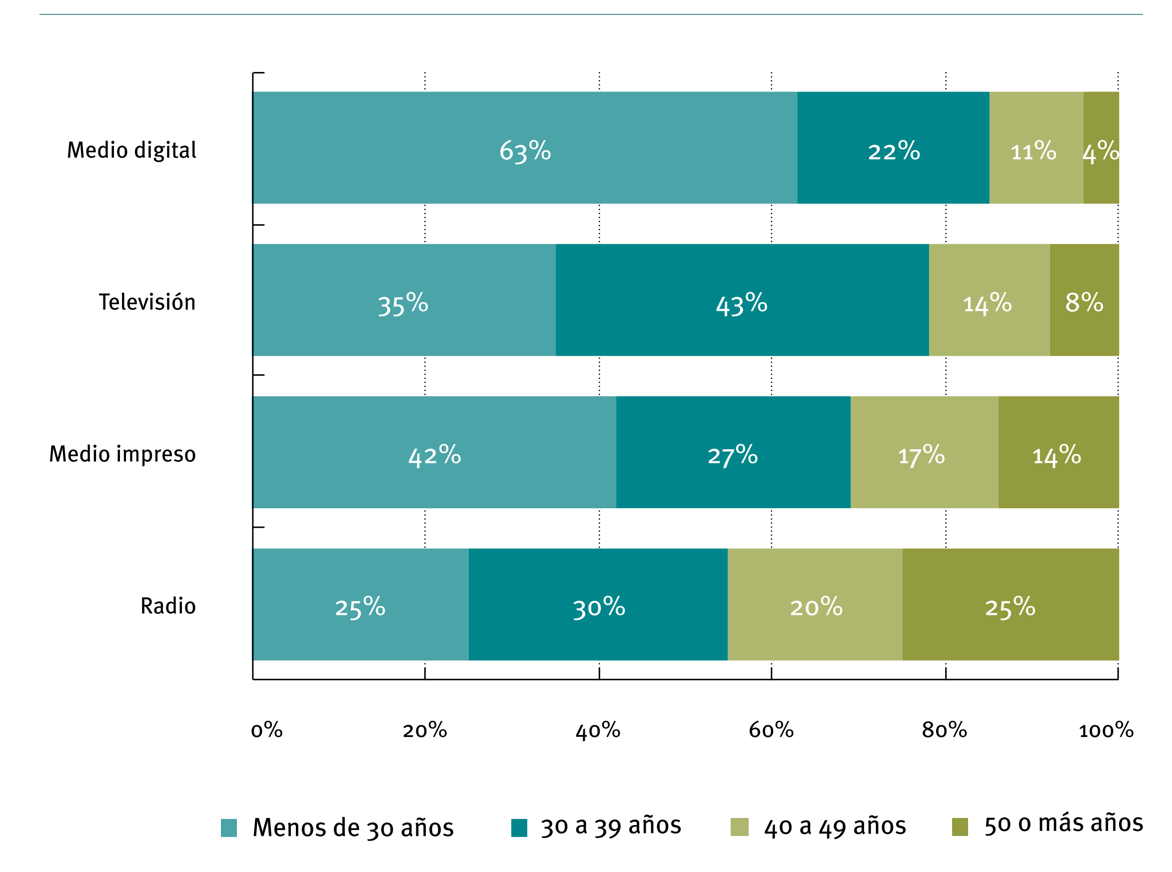
Aunque no se estimó entre las finalidades de este estudio la interpretación particular de algunos de los elementos y datos obtenidos, resulta valioso aproximar la relación que puede existir entre el balance de periodistas entrevistados y la tendencia marcada observable en el predomino de la población femenina dentro de las escuelas de comunicación social en el país. Esta tendencia se replicó en la mayoría de los

medios de comunicación, en los cuales la cifra de los profesionales masculinos estuvo apreciablemente por debajo del 50 %, con excepción de la radio, donde la cifra ponderada de mujeres periodistas solo llegó al 48 %, sin que de los datos pueda estimarse una razón para ello. No obstante, este resultado fue sometido a la consideración de un panel de expertos y profesionales de instituciones universitarias y de investigadores, para quienes el comportamiento estadístico observado se corresponde de forma bastante cercana a la realidad del sector.

Un asunto adicional que se tornó relevante en la caracterización de la muestra seleccionada estuvo relacionado con las edades de hombres y mujeres que trabajan en periodismo. El comportamiento de la muestra en este sentido adquirió formas particulares en cada tipo de medio revisado, aunque los datos globales recogidos apuntaron hacia una primacía previsible de jóvenes profesionales ejerciendo el periodismo en sus diferentes funciones y roles, dada la gran cantidad de nuevos comunicadores sociales que se gradúan cada año en Venezuela.

Como se puede observar en el gráfico 9.2, los profesionales menores de 40 años superan en general a los mayores de esa edad. Sin embargo, medios de comunicación como la radio mostraron un considerable equilibrio en el número de representantes de cada uno de los grupos etarios analizados. Otras expresiones numéricas se observaron en la prensa, en la que las cifras se presentaron de forma decreciente en la medida que la edad subía, con una cantidad superior de jóvenes menores de 30 años de edad. En la televisión resultó más relevante el grupo de edad de 30 a 39

Gráfico 9.2. Proporción de periodistas por edad según tipo de medio



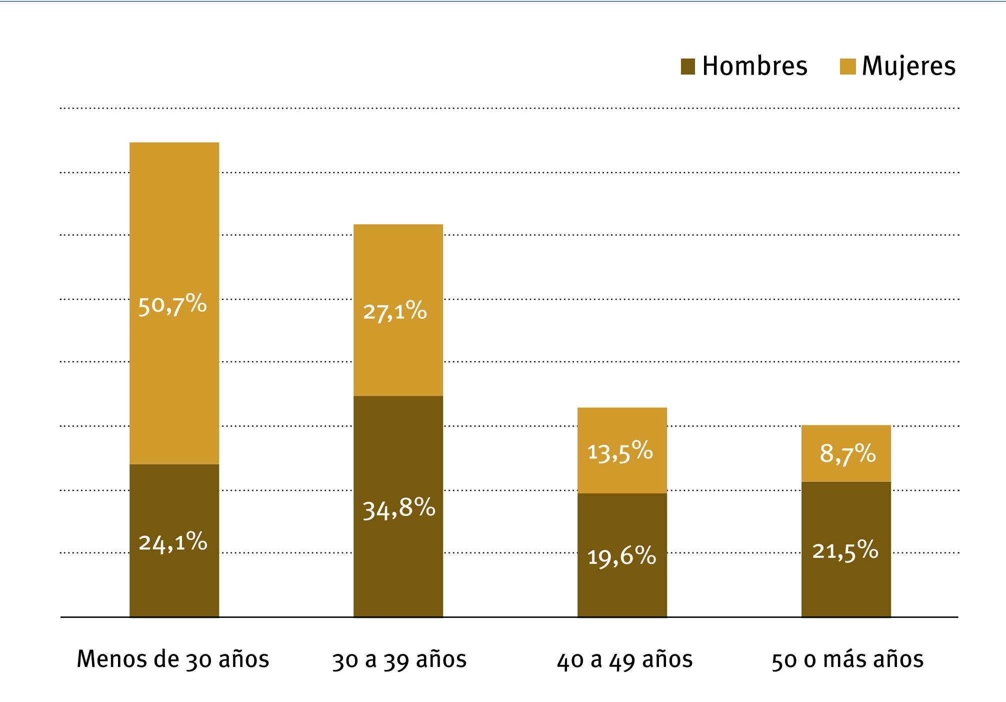
años, mientras que el medio digital fue significativamente dominado por los jóvenes menores de 30 años, para lo cual quizás influya la condición de nativos digitales de los integrantes de este grupo etario.

La relación entre edad y sexo muestra una mayor proporción de mujeres menores de 30 años y de hombres de 30 o más. Esto podría explicar lo que veremos más adelante como una posición de desventaja para las mujeres, en términos salariales, en relación con los hombres.

En cuanto a la función que desempeñan los periodistas en los medios para los cuales trabajan, es prudente establecer que algunas de las actividades y sus denominaciones son propias de cada medio en particular, por lo que podría tornarse improcedente recurrir a comparaciones entre ellas. En cualquier caso, la mayoría de los consultados tiene por dedicación labores correspondientes a la producción de información. Resalta en la televisión la cantidad de personas trabajando en el área de periodismo de calle en comparación con el resto de las actividades, aunque en las televisoras resulta natural el predominio de la búsqueda y captación del insumo audiovisual informativo.

Dadas las características del trabajo que se realiza en ese medio, también es importante la cantidad de personas que actúan como conductores (ancla) de espacios de radio, mostrando una importante diferencia entre esta actividad y las de redacción y periodismo de calle. Es probable que esta tendencia resulte del estilo de producción predominante en este medio y el modo como se observa a sí mismo este profesional, en el que también existe la figura del productor nacional independiente (PNI), establecido en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión del año 2004.

Gráfico 9.3. Cantidad de periodistas según edad y sexo (porcentajes del total de cada sexo)



Situación laboral

El tema de la situación laboral en el ámbito del ejercicio periodístico dentro de los medios de comunicación en Venezuela adquirió un matiz bastante orientador acerca de los escenarios reales de esta práctica profesional y de los asuntos pendientes en esta materia. Al revisar, por ejemplo, el tema de la dedicación de los periodistas a sus respectivos trabajos principales, surge un comportamiento diferenciado de quienes laboran en la radio, donde apenas el 25 % tienen una relación de tiempo completo, en contraste con los medios televisivos, diarios impresos y medios digitales. Son superados, con cifras de 38 % y 37 %, por los profesionales que trabajan en la radiodifusión a medio tiempo o a tiempo no convencional, respectivamente. En líneas gruesas, se percibe cómo el ámbito radiofónico ha dejado de ser una

fuente de empleo y pasó a ser una actividad complementaria para los profesionales de la información en Venezuela.

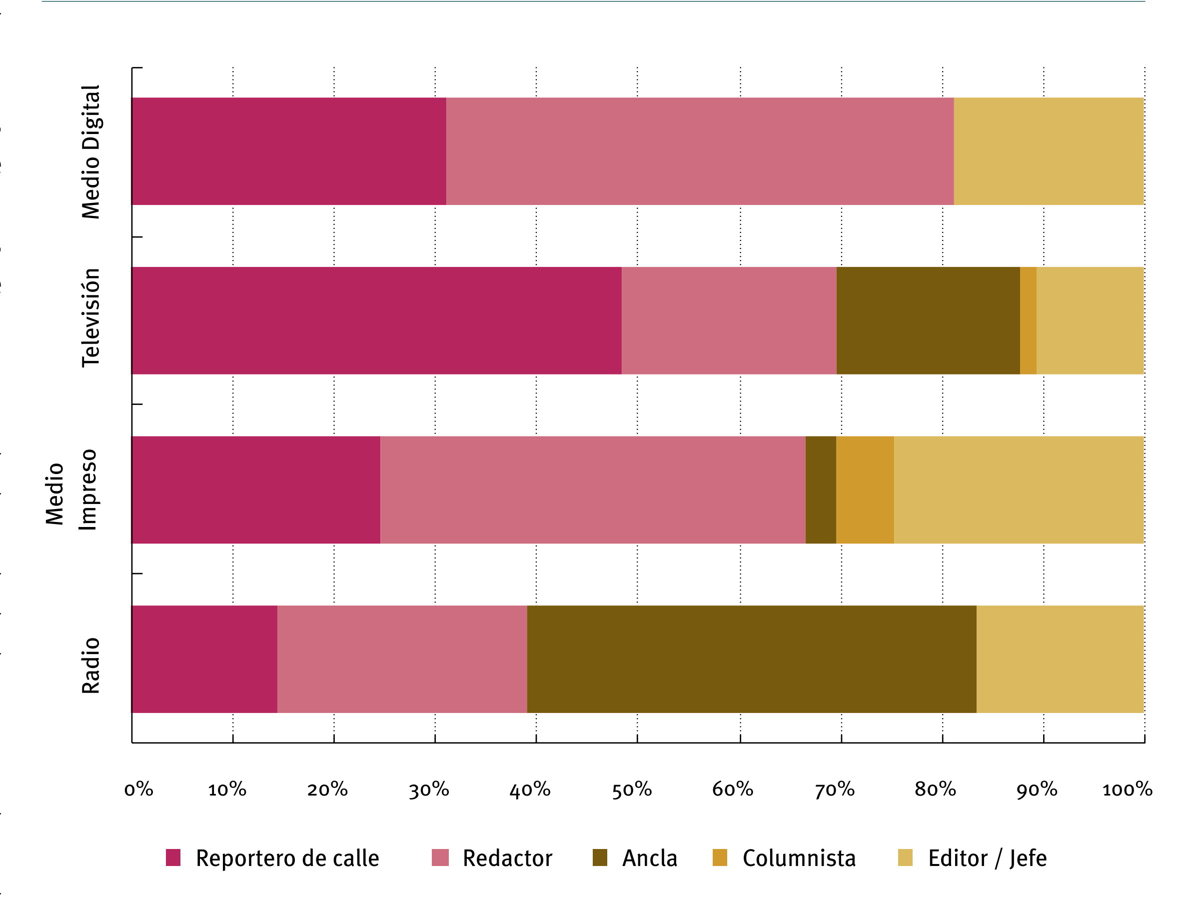
Posiblemente este resultado tenga relación directa con la prevalencia de la figura de los productores independientes en el medio radial, también vigente para la televisión aunque no se expresa de igual forma, debido a que en este último predominan otras estructuras de organización y tiende a ser bastante menor la cantidad de PNI vinculados al periodismo.

En efecto, en medios digitales, impresos y televisión es dominante la dedicación a tiempo completo de los comunicadores sociales que laboran en el campo del periodismo, con cifras que superan el 70 %. Cuando se analiza este asunto según dos grandes grupos de localización geográfica, vemos que en la Gran Caracas el 70 % de los periodistas trabajan con dedicación de tiempo completo, mientras que el 28 % lo hacen a medio tiempo. En el resto del país, solo el 51 % de los profesionales ejercen a plena dedicación y el 27 % lo hacen a tiempo parcial.

Otra cuestión la constituye el tipo de contratación a la que, dicen los periodistas consultados, están accediendo. En el medio impreso, en la televisión y en el medio digital predomina el contrato fijo, que es el esquema legal de relación laboral en más del 60 % de los casos.

En la radio, por el contrario, casi el 60 % de los consultados son trabajadores independientes, mientras que el contrato y el trabajo fijo resultaron dos de las formas menos utilizadas. En este medio estaría incidiendo de forma importante la exigencia legal vigente que obliga a los profesionales a configurarse y

Gráfico 9.4. Función principal por tipo de medio



registrarse como productor nacional independiente (PNI), aspecto que además influye en las características de este grupo de profesionales, por ejemplo, en cuanto al tipo de dedicación y a la función que realizan dentro del medio.

En cuanto a los beneficios contractuales que gozan los periodistas, uno de cada tres profesionales activos en los medios de comunicación venezolanos no cuenta con ningún tipo de compensación adicional o complementaria. Aproximadamente dos de cada cinco de estos comunicadores mantienen relación laboral mediante un contrato individual y apenas el 15 % de los consultados están protegidos por una contratación colectiva.

Otro asunto de interés resultó la verificación de las actividades a las que se ha visto obligado a tomar el periodista, en el contexto de la crisis económica en Venezuela, para complementar sus ingresos y fortalecer sus finanzas personales. En este sentido, el estudio arrojó que poco más de un tercio de los periodistas de la muestra consultada (34 %) contaban con apenas una fuente de ingresos económicos, mientras que dos de cada tres (66 %) se ven obligados a recurrir a otras actividades para asegurarse un ingreso mayor.

Entre las claves que se encontraron sobre este asunto destaca que 21 % de los comunicadores activos en los medios de comunicación social venezolanos está realizando labores distintas a aquellas para las que se formó en la universidad, como vías para obtener ingresos. Entre las actividades alternativas o adicionales dentro del campo de la comunicación, a las que han tenido que apelar, se cuentan las

Gráfico 9.5. Distribución de periodistas según dedicación por tipo de medio

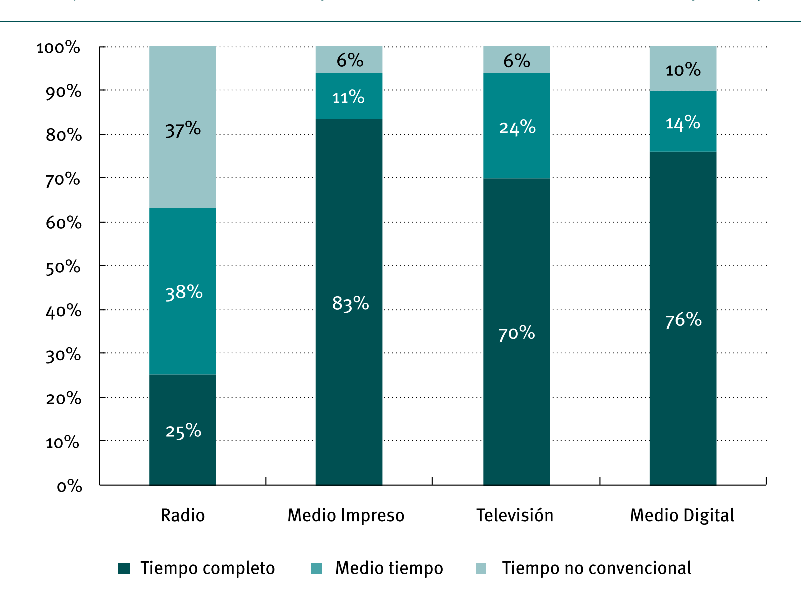
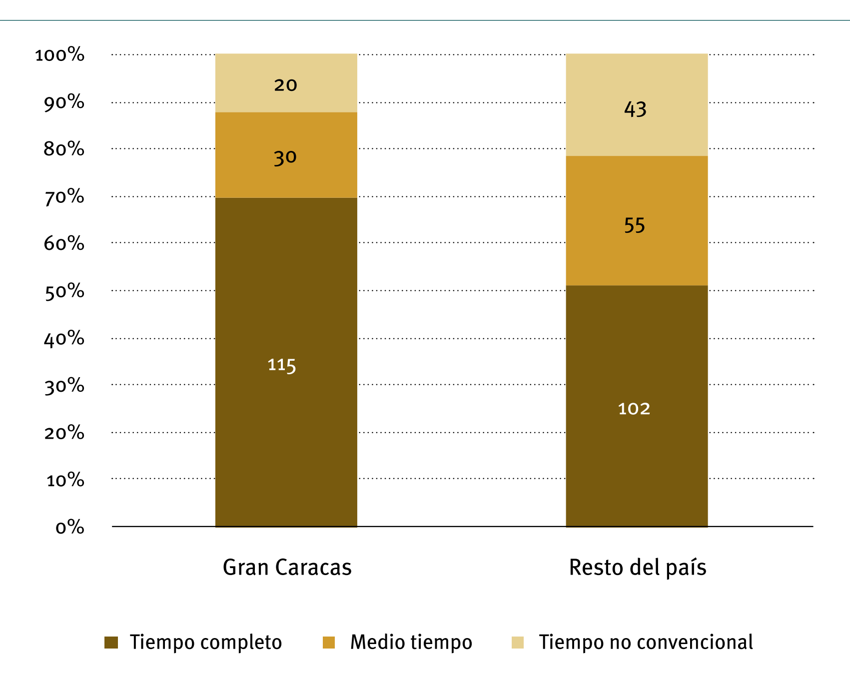


Gráfico 9.6. Cantidad de periodistas según dedicación, por región



relacionadas con la consultoría, los servicios vinculados al área de la publicidad, además de la docencia, sin especificación del nivel de desarrollo académico al que se encuentra asociado.

Al precisar este tema en términos de dinero disponible, las respuestas develan que uno de cada tres profesionales gana menos de dos salarios mínimos (a la fecha de aplicación de la encuesta se estimaba el salario mínimo mensual en 16 dólares, a la tasa Simadi usada como referencia) y apenas uno de cada cuatro sobrepasa los cuatro salarios mínimos, con ligeras variaciones según el medio de comunicación y la región en la que se encuentre. En el interior del país, la relación de ingresos es menor en la mayoría de los consultados que la observada en la capital. Es notable la pauperización del ingreso económico de los periodistas venezolanos.

Si se vincula esta realidad con el hecho de que dos de cada tres periodistas tienen que optar por múltiples trabajos, es evidente que en el contexto socioeconómico de Venezuela, los periodistas en general reciben remuneraciones insuficientes en sus puestos de trabajo. Por otra parte, la relación de ingresos por sexo presenta una condición de desventaja para las mujeres periodistas, al comparar sus ingresos con los de sus pares hombres.

La encuesta también arrojó luces sobre la débil agremiación de los periodistas en Venezuela, pese a la existencia de una ley que los obliga a la colegiación para laborar. Más de la mitad de los encuestados dijeron estar agremiados: Colegio Nacional de Periodistas (41,4 %), Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (1,1 %), o ambas agremiaciones (9,9 %).

Gráfico 9.7. Tipo de contratación por tipo de medio

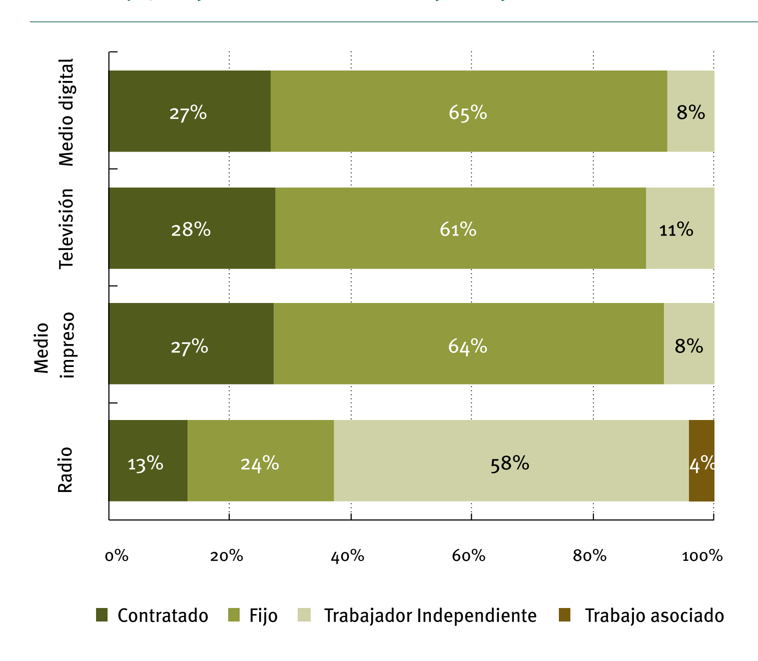
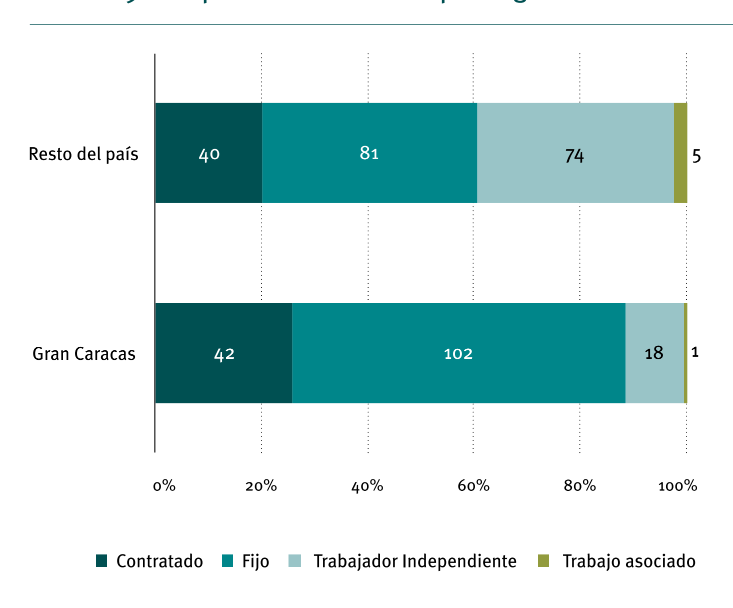


Gráfico 9.8. Tipo de contratación por región



Un 47,7 % no pertenecían a ninguna de las dos. Esta tasa es mucho menor en los medios digitales y en televisión. En el interior del país hay un porcentaje un poco mayor de agremiación que en Caracas.

Contexto editorial y condiciones internas

En esta dimensión el estudio refleja la situación en los medios de comunicación de Venezuela desde la perspectiva de sus propios actores, en temas como la participación, la inclusión, la diversidad, la actualización y la formación continua que se haya podido estar promoviendo para enfrentar mejor los retos que impone el periodismo.

Sobre la identificación del sexo de quien ejerce como jefe inmediato, la investigación arrojó que es predominantemente masculina, mientras que el grueso del reporterismo lo hacen principalmente mujeres jóvenes. Hay una mayor paridad de género en las jefaturas de los medios digitales y en la radio se da la mayor desigualdad, con un apreciable predominio de los hombres.

En el campo de las decisiones editoriales del medio, las opiniones de los encuestados tienden a estar marcadas por una visión plural y equilibrada, especialmente en la radio y los impresos. Sin embargo, el 44 % del total de los consultados en el territorio nacional insiste en que está afectada de cualquier manera por alguna tendencia del pensamiento. De acuerdo a los resultados, se observa mayor pluralidad en el resto del país que en Caracas, donde aparentemente es más marcada una línea editorial.

Gráfico 9.9. Actividades adicionales para complementar sus ingresos [respuestas múltiples]

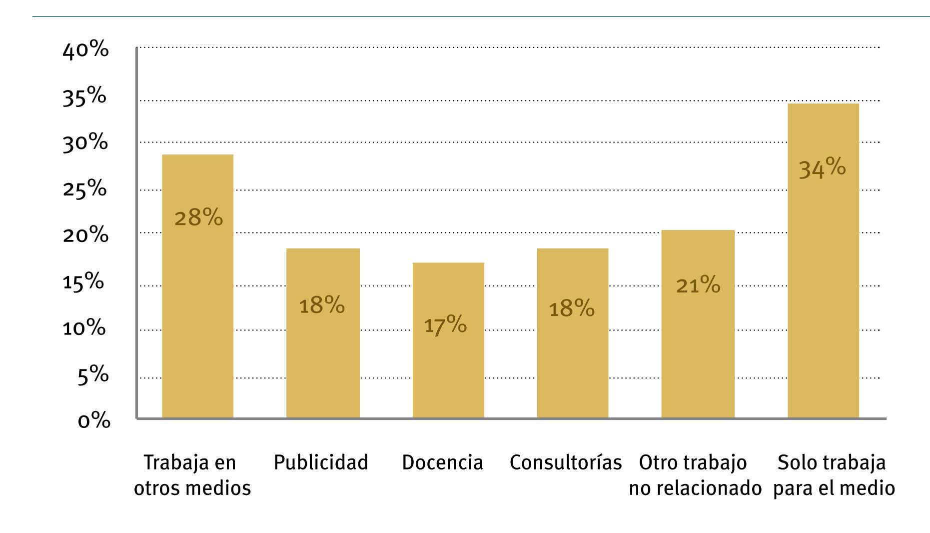
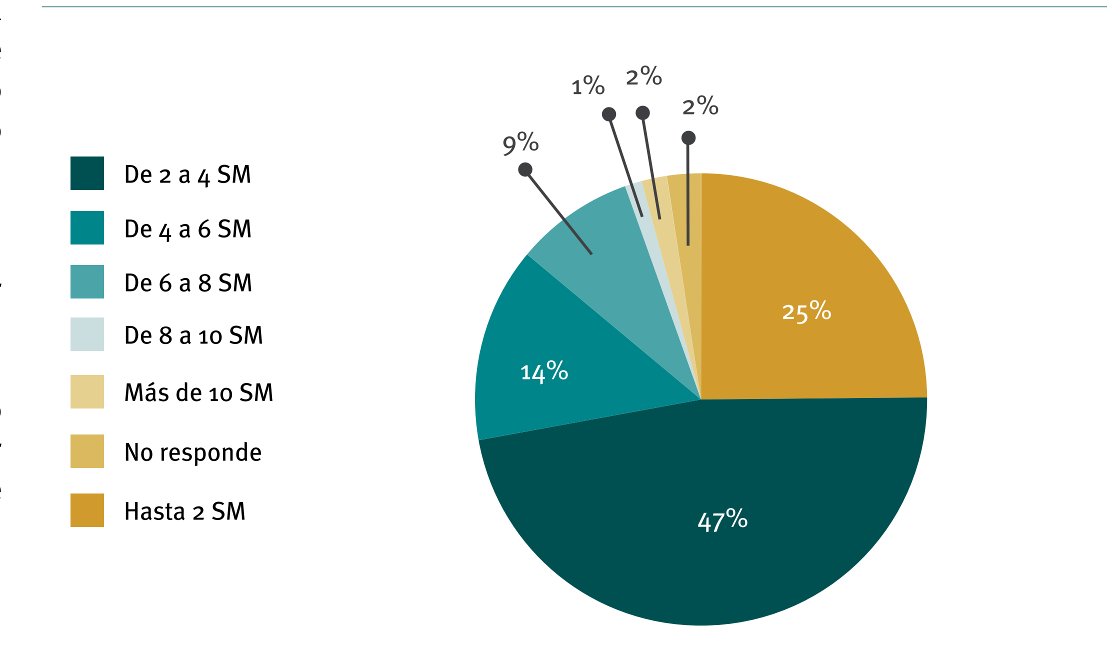


Gráfico 9.10. Ingresos en salarios mínimos (SM) en la Gran Caracas



La actualización profesional de los periodistas parece un asunto con deudas pendientes, pues la mayoría de los periodistas expresan que no cuentan con una línea de formación permanente en los que consideran sus medios principales de trabajo. Aunque la respuesta tuvo la misma tendencia en Caracas que en el interior, una proporción del 64 % de quienes trabajan en la capital consideran ocasional o nulo el esfuerzo del sector empresarial de los medios para promover mayores y más adecuados niveles de respuesta profesional, mientras que en resto del país la cifra de opiniones coincidentes en esta materia alcanza el 81 %.

En todo caso, el 46 % de los profesionales activos en el periodismo no realizaron ningún tipo de estudios complementarios o de actualización durante el último año, ni por cuenta de la empresa para la que trabajan ni por cuenta propia; entre el 13 % y el 18 % de ellos tuvieron la oportunidad de tomar un curso de duración media, de hasta 40 horas o de menos de 24 horas académicas. Apenas el 7 % manifestaron estar enfrentando el reto de algún estudio de posgrado.

Un último asunto de interés en esta dimensión refiere a la actualización tecnológica que han podido alcanzar los medios de comunicación para facilitar el ejercicio del periodismo y otros procesos. Solo el 26,1 % de los encuestados aseguraron estar trabajando con equipos de última generación y a satisfacción de los periodistas con dichos equipos. En general, en los medios venezolanos parece prevalecer la llamada *repotenciación* de equipos.

Gráfico 9.11. Ingresos en salarios mínimos (SM) por género

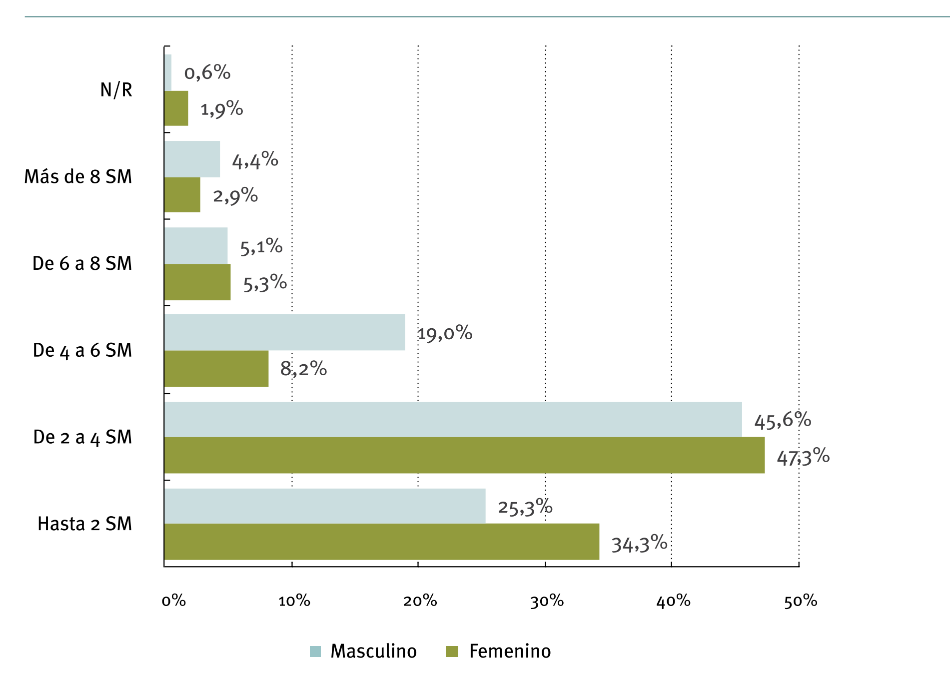
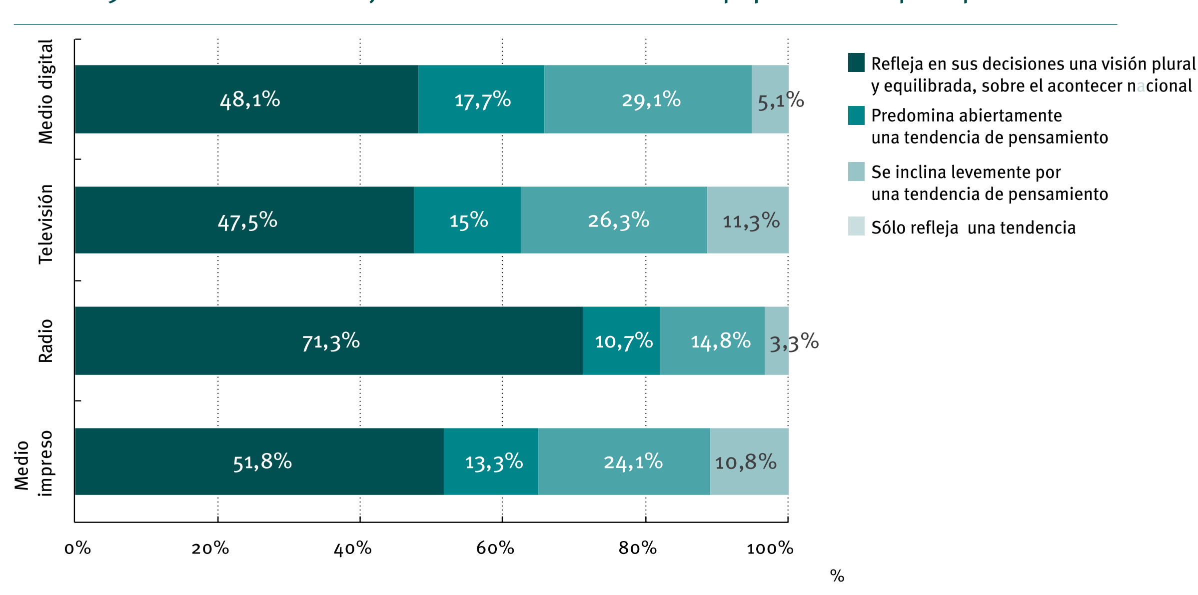


Gráfico 9.12. Tendencias reflejadas en las decisiones del equipo editorial por tipo de medio



Censura y autorregulación

Algunas cuestiones fueron revisadas de una forma bastante directa, pero otras debieron indagarse de modo tangencial, con la finalidad de lograr aproximaciones más certeras en torno a los indicadores de interés. La tendencia a la producción de instrucciones en los medios periodísticos para que los redactores realicen ajustes sutiles o considerables a sus notas con la intención de evitar la publicación de ciertos contenidos es una de las formas de instrumentar acciones de censura.

Sobre este asunto, la opinión mayoritaria de los periodistas consultados (71,5 %) apunta hacia la producción de notas sin la intermediación de instrucciones que pudieran afectar su autonomía; el 28,5 % restante manifestaron haber sido guiados de alguna forma hacia la construcción de un texto deseado.

Otra forma de censura en esta materia es la omisión del medio en la publicación de alguna nota ya terminada y verificada. El 21,6 % de los periodistas manifestaron haberlo experimentado durante el último año. Apenas 1,1 % de los encuestados no contestaron a este respecto.

Desde una mirada diferente, cuando se les pregunta por los efectos que sobre el medio en el cual trabajan produce la gestión de la línea editorial, poco más de la mitad de los periodistas (52 %) consideran que la afectación es real y otro 42 % piensa que este fenómeno ocurre de forma ocasional. Solo 5 % dicen que nunca tuvieron problemas con la línea editorial y 1 % no responden.

Es decir, en opinión de más del 90 % de los periodistas de un medio, la línea editorial produce pro-

Gráfico 9.13. Actualización tecnológica al servicio del periodismo en los medios de comunicación

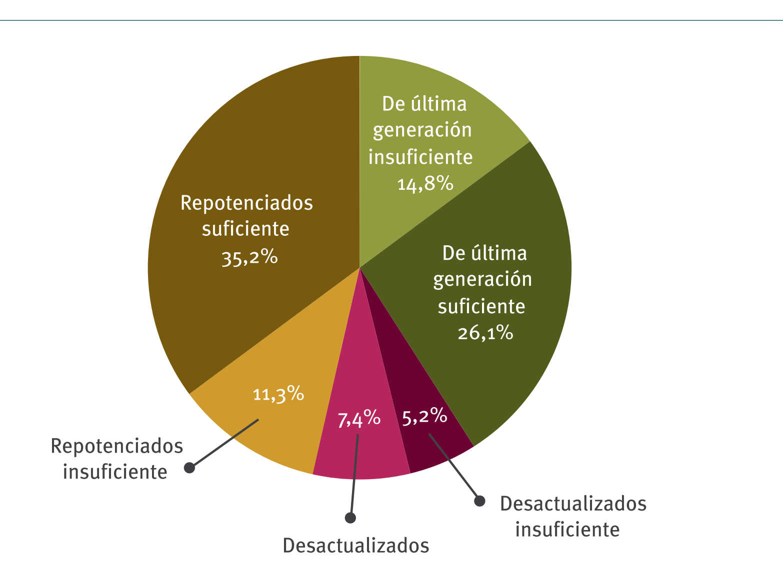
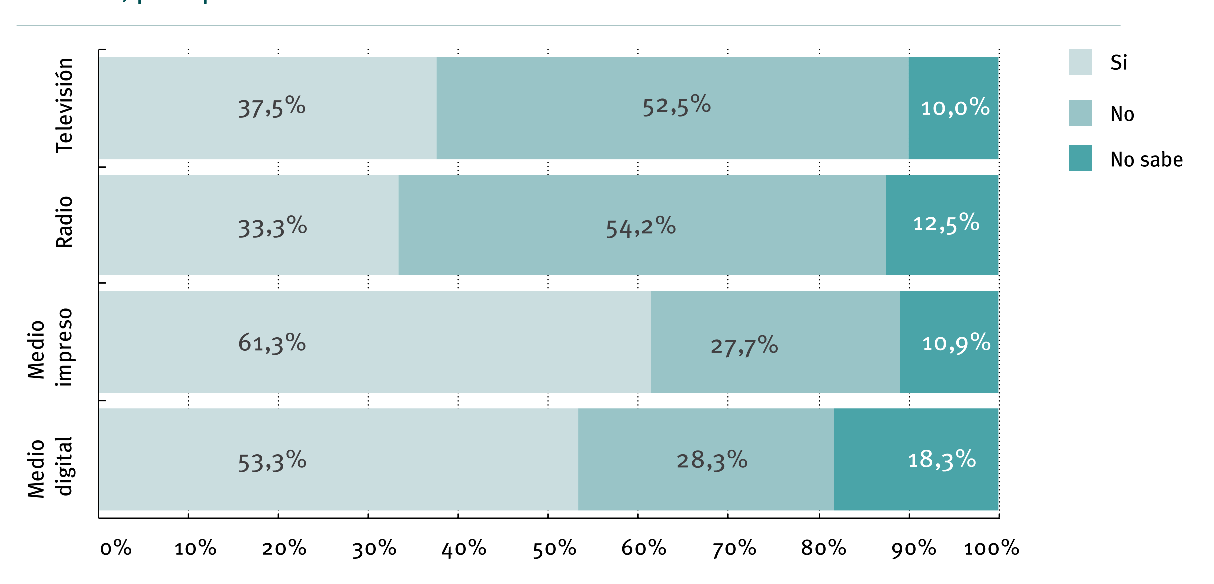


Gráfico 9.14. Periodistas que afirman la presencia de problemas del medio por su línea editorial, por tipo de medio



blemas ocasionales o frecuentes a ese medio. Entretanto, al menos 36 % consideran que este fenómeno influye en gran medida o totalmente en la labor periodística realizada.

Si se relacionan estas respuestas con el sentir mayoritario de los comunicadores, que consideran abierta y participativa la gestión editorial de la empresa para la que trabajan, se deduce que estos periodistas ubican fuera del medio la fuente de los fenómenos de censura que observan.

Al revisar lo concerniente al tema de las agresiones, amenazas y otras formas de intimidación, el 48,2 % advierten haber sido víctimas de alguna de estas acciones provenientes de instituciones o personas ajenas a los medios.

De otro lado, el 40,8 % de los periodistas indican que existe algún mecanismo de auditoría interna en la gestión de información del medio en el que laboran. En este tema, la televisión es el medio señalado con mayor proporción de respuestas afirmativas por sus periodistas. Sin embargo, se resalta que 59,2 % de los encuestados opinan que no existen mecanismos de auditoría interna en sus medios o desconocen de su existencia.

En general prevalece un adecuado conocimiento de los periodistas sobre los principios y mecanismos de autorregulación. Al respecto, los que trabajan en medios digitales contestaron de forma más adecuada a preguntas clave sobre este tema. En todo caso, haciendo un balance, el 45,7 % de los consultados desconocen o ignoran la existencia de los principios de autorregulación y sus mecanismos.

Gráfico 9.15. Tipo de agresiones

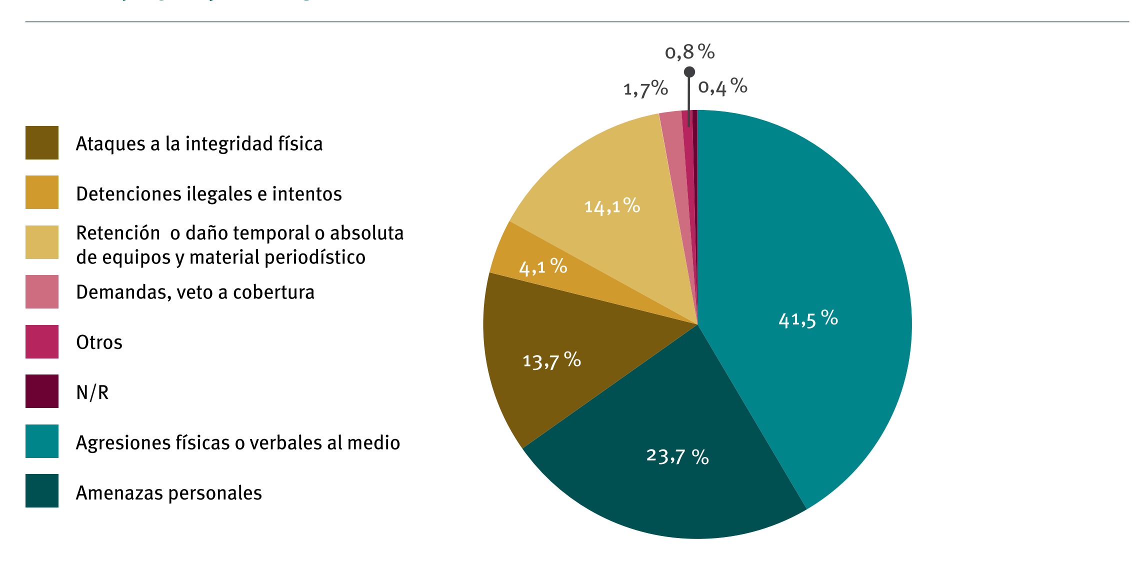
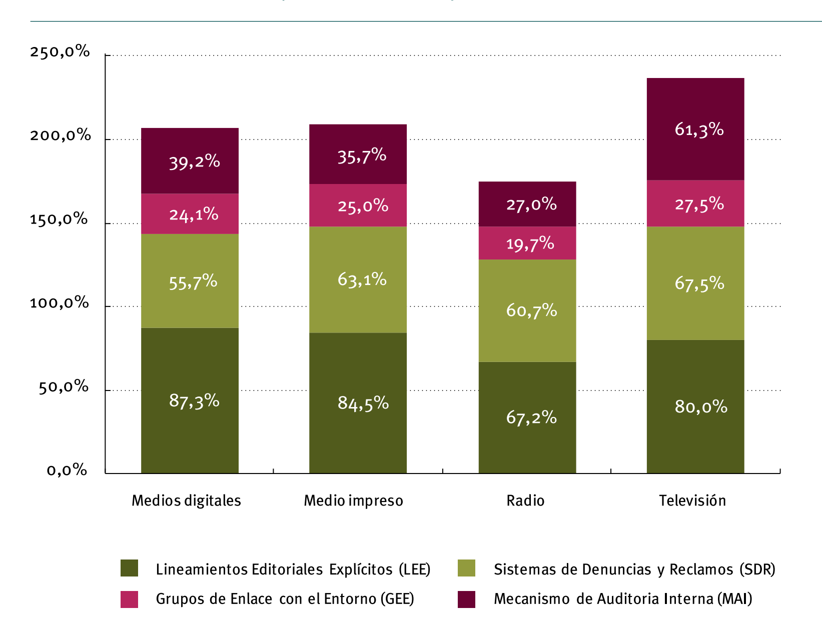


Gráfico 9.16. Porcentaje de periodistas que reconocen la existencia de mecanismos de autorregulación [respuestas múltiples]



Perfil del periodista venezolano

La mayoría de mujeres entre los egresados de las escuelas de comunicación social en las universidades del país sigue marcando la tendencia general de ser mayoría también en los diferentes puestos de trabajo en los medios de comunicación, con excepción de la radio. La dedicación a tiempo completo y mediante contratación fija de los periodistas hombres y mujeres es predominante en los medios impresos, por la naturaleza de las empresas que los sostienen, principalmente en los casos de la región capital.

Los periodistas menores de cuarenta años siguen predominando en los medios de comunicación venezolanos, con una marcada tendencia en los medios digitales, mientras que en la radio tienden a prevalecer los de mayor edad. En relación con las fuentes de ingreso, dos de cada tres periodistas deben recurrir a múltiples trabajos, lo cual indica que persiste la tendencia a puestos de trabajo con remuneraciones insuficientes. Existen asuntos pendientes de necesaria atención en materia de mecanismos compensatorios de la labor periodística, en cuanto a beneficios socioeconómicos y salariales, toda vez que además de un tema de justicia constituye una fuente de autonomía en el ejercicio de la profesión.

Uno de cada tres profesionales gana menos de dos salarios mínimos; mientras que solo uno de cada cuatro está por encima de cuatro salarios mínimos, con ligeras variaciones según el tipo de medio y región. La relación de ingresos por sexo presenta una condición de desventaja salarial para las mujeres periodistas. Sobre este asunto, aunque particularmente en los medios digitales se observa una mayor paridad, en la radio es visible una mayor desigualdad. En general, son hombres quienes ejercen funciones de jefatura.

El tema de la actualización profesional debe también preocupar a empresas periodísticas, gremios, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y, especialmente, a comunicadores sociales dedicados al periodismo, entendiendo que es esta una garantía de calidad informativa.

Una opinión especialmente generalizada en la radio y en los medios impresos es que para la mayoría de los periodistas entrevistados las decisiones editoriales que toman en los medios de comunicación tienden a ser plurales. Este es un comportamiento que adquiere un carácter más plural en el interior del país que en la región capital. Es pertinente seguir trabajando en la preservación del equilibrio y la pluralidad en la toma de decisiones editoriales dentro de los medios de comunicación para propender a una mayor diversidad informativa en los intereses de los usuarios de los medios.

Por otro lado, aunque siete de cada diez periodistas consultados indicaron que no sufren experiencias de censura o autocensura, tres admiten que el fenómeno se está expresando en alguna de sus formas. Es decir, aún hay trabajo por hacer para llevarlo a su mínima expresión. Uno de cada cuatro periodistas consultados no identifica las experiencias de censura como un fenómeno interno al medio, sino como resultante de situaciones provenientes del entorno, que afectan al medio y terminan afectando la libertad editorial.

En general, prevalece entre los comunicadores sociales un adecuado conocimiento sobre principios de autorregulación a los cuales se deben en el ejercicio del periodismo, sobre todo en el medio digital y entre las mujeres. Sin embargo, una cantidad todavía importante de ellos ignora si estos principios existen. Los periodistas venezolanos identifican los preceptos de la autorregulación, quizás inconscientemente, porque en general desconocen la existencia de mecanismos específicos en esa dirección dentro de sus medios de comunicación.

Venezuela
Perfil, hábitos de consumo mediático y futuro profesional de los estudiantes de periodismo y comunicación social

Carlos Arcila Calderón, Mabel Calderín Ruiz, Martín Oller Alonso, Ángel Páez, Roximar Tovar[34]

La educación formal y reglada del periodismo a nivel universitario surgió en 1869 en Estados Unidos. Desde entonces, a lo largo del siglo XX ha ido incorporándose progresivamente como parte integral de la formación del periodista en el resto de países del mundo, dependiendo de su crecimiento económico, situación política, desarrollo social, cultural y académico e influencia de las audiencias. En América Latina, la formación superior en periodismo comenzó a materializarse en casi todos los países a partir de la década de 1940. En Venezuela, concretamente, la creación de la primera Escuela Nacional de Periodismo en Caracas se produjo a partir del decreto n.º 421 del 24 de octubre de 1946, promulgado por el entonces presidente de la República, Rómulo Betancourt. Desde entonces, la formación periodística ha ido adquiriendo mayor relevancia y se ha afianzado en las últimas décadas como parte fundamental del proceso de profesionalización de la actividad y medio de consolidación democrático. De modo que la carrera de Periodismo se ha establecido como uno de los pilares básicos de la formación teórica del periodista y requisito indispensable para el ejercicio periodístico. Este rol protagónico de la educación superior en periodismo la ha llevado a ser fuente de debate y discusión en la opinión pública a partir de dos ejes transversales centrados, en primer lugar, en la confrontación directa entre los profesionales empíricos y titulados y, en segundo lugar, en la orientación y el enfoque teórico-práctico de la profesión.

Este capítulo, sin pretender entrar en la compleja discusión planteada en las últimas líneas del párrafo anterior, ofrece un análisis empírico de las percep-

34 En la investigación de campo también participaron Moraima Guanipa, Carmen Aidée Valecillos y Andrea Urbina.

ciones, las ideas y los hábitos de consumo mediático de los estudiantes de periodismo, como ejemplo de la proyección profesional futura de la industria mediática y los medios de comunicación en Venezuela. La importancia de este análisis radica en el hecho de que toma como objeto de estudio a los estudiantes, raramente analizados dentro del contexto latinoamericano, y cómo su formación universitaria y hábitos de consumo afectan a sus puntos de vista, modos de actuar y pensar y perspectivas profesionales.

En el contexto mediático venezolano, determinado por el dinamismo y los cambios de los procesos y la inestabilidad estructural, el estudio de la percepción que los estudiantes de periodismo tienen sobre su situación personal, formación y hábitos de consumo mediático se presenta fundamental para comprender la constitución de los fundamentos de la cultura periodística del país en los próximos años. Para este análisis se encuestaron 390 estudiantes de Periodismo y Comunicación Social pertenecientes a las facultades de Comunicación y Periodismo de la Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad del Zulia (LUZ) y Universidad de los Andes (ULA), entre los meses de enero y junio de 2016.

Investigaciones y proyectos de referencia

El estudio presentado en estas líneas forma parte del proyecto «La percepción sobre la profesión periodística, el futuro profesional y los hábitos de consumo de los medios de comunicación de los estudiantes de periodismo en Cuba, Ecuador y Venezuela»,[35] que sobre una perspectiva comparada, estudia las percepciones y los hábitos de consumo de los estudiantes de periodismo en estos tres países. A su vez, toma como punto de referencia el proyecto Journalism Students Across the Globe: Professionalization, Identity and Challenges in a Changing Environment,[36] el cual se está llevando a cabo en más de cuarenta países alrededor del mundo.

La publicación más reciente y cercana a este estudio llevado a cabo en Venezuela ha sido la realizada por Mellado y Scherman (2015) en Chile. Este informe, aplicado a catorce instituciones universitarias y con una muestra de 1985 estudiantes, obtuvo, entre otros, los siguientes hallazgos: 1) el típico estudiante de periodismo en Chile es mujer, de centroizquierda y con un interés en política superior al promedio de la población general. 2) Los medios de comunicación tradicionales continúan siendo el área laboral predilecta para los estudiantes de periodismo en Chile, especialmente la televisión, revistas, diarios y radio. 3) Pese a que ambos géneros prefieren los medios por sobre cualquier otra área laboral, en términos relativos, los hombres prefieren más los medios que las mujeres, y estas prefieren más las relaciones públicas y comunicación estratégica que los hombres. 4) Los estudiantes de periodismo en Chile se informan, principalmente, a través de Facebook, portales de noticias y la televisión. 5) Los frentes noticiosos no tradicionales como cultura, viajes y entretenimiento

35 Página web oficial del proyecto: ‹https://culturasperiodisticas.com/estudio-de-estudiantes-periodismo› [consulta: 12.8.2016].

36 Página web oficial del proyecto: ‹http://www.jstudentsproject.org› [consulta: 12.8.2016].

son los preferidos por los estudiantes, especialmente por las mujeres. 6) Uno de cada dos estudiantes de periodismo en Chile no tiene ninguna experiencia profesional vinculada a sus estudios, ni ha completado alguna práctica profesional en periodismo.

Otra investigación al respecto, dentro del ámbito internacional, fue publicada por Hanusch (2013). Realizada a 320 estudiantes de periodismo australianos de seis universidades de todo el país, mostró que estos tenían prioridades muy similares en su función. En primer lugar, más de la mitad (59,7 %) de los estudiantes consideraron muy importante la intervención de los medios de comunicación en el proceso de generación del cambio social; en segundo lugar, el 57,2 % estimaron que los medios de comunicación debían actuar como organismos de control del gobierno; en tercer lugar, el 25,3 % entendieron que debido a la posición de privilegio de los medios de comunicación, su influencia trascendía a la opinión pública y, en cuarto lugar, el 50,6 % valoraron especialmente la importancia de la publicación de las noticias de interés para el mayor porcentaje de audiencia posible.

En la actualidad se están llevando a cabo dos proyectos de gran impacto internacional enfocados en el estudio de las culturas profesionales del periodismo, que son referencias a la hora de analizar la percepción que los estudiantes de periodismo y los periodistas tienen acerca de su profesión. El primero es Journalistic Role Performance Around the Globe (JRP), cuyo objetivo principal es comparar el desempeño del rol profesional de los periodistas en más de una veintena de países, con especial atención en el análisis de la diferencia entre las concepciones y percepciones del rol profesional de los periodistas y su desempeño final. El segundo proyecto, Worlds of Journalism Study (WJS), tiene como objetivo principal evaluar periódicamente y de forma comparada el estado del periodismo en todo el mundo. De este modo se posiciona como un gran aporte y apoyo para los investigadores y académicos en periodismo, los profesionales en comunicación que desarrollan su trabajo dentro de los distintos sistemas mediáticos, los dueños y gerentes de los medios de comunicación y los agentes del gobierno y políticos de los diferentes países. Y ayuda a comprender la evolución y los cambios que se están produciendo en las orientaciones y las prácticas profesionales de los periodistas, las problemáticas respecto a las condiciones y las limitaciones bajo las cuales estos operan y las características y funciones del periodismo dentro de las distintas sociedades.

Investigación de los estudiantes de comunicación social y periodismo

Para esta investigación se aplicó una encuesta de 32 preguntas, en su mayoría cerradas, a 390 estudiantes entre los meses de enero y mayo del 2016 en Venezuela. El objetivo principal fue conocer la percepción que los estudiantes tienen acerca del rol profesional de los periodistas en los medios de comunicación, su concepto de ética profesional, su idea respecto a las características que definen el periodismo actual y sus expectativas de futuro profesional en el periodismo.

Los estudiantes que participaron en la muestra pertenecen a la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y la Universidad Central de Venezuela (UCV), ambas situadas en la capital del país, Caracas, y a la Universidad del Zulia (LUZ) y la Universidad de los Andes Táchira (ULA). De estas cuatro universidades, la primera es de propiedad privada y las otras tres son públicas. Fueron escogidas porque poseen los programas de Periodismo más antiguos del país.

Se utilizó un muestreo estratificado con tamaño muestral con 95 % de confianza y 5 % de error. Esta muestra se estimó a partir de un universo compuesto por la población de estudiantes de periodismo matriculados en las universidades mencionadas (N = 5907), según los datos suministrados por cada institución (no hay actualmente estadísticas oficiales accesibles), estratificado (n = 390) a partir del porcentaje relativo por universidad: LUZ (35,2 %), UCAB (42,3 %), UCV (12,6 %) y ULA (9,8 %).

Los estudiantes de Comunicación Social en Venezuela son, en su mayoría, de género femenino: un 68,5 % de los 390 encuestados. Este indicador confirma la tendencia creciente del papel protagónico de las mujeres en el ambiente académico universitario y el desplazamiento del hombre a un papel secundario. Ello reviste un significado simbólico muy especial en una profesión tan paradigmática como la de periodismo, que actúa como eje vertebrador de las relaciones comunicacionales de todos los actores en la sociedad.

La edad más recurrente entre los encuestados se sitúa en la horquilla de los 20 y 22 años, coincidiendo con los resultados obtenidos en el estudio de Páez (2016), en el que la edad promedio de los estudiantes de las carreras humanísticas de la Universidad del Zulia se situó en los 21 años. De modo que los estudiantes de periodismo se encontrarían en una etapa de madurez denominada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como *adultez joven,* que es el periodo entre los 20 y los 40 años, superando la *adolescencia tardía* (periodo de edad entre los 15 y los 19 años de edad).

Estos adultos jóvenes son un sector de la población con características propias, resultado de las fuerzas productivas de Occidente (Balardini, 2005). Para algunos filósofos posmodernos, la sociedad posmoderna está sostenida por el consumo y la comunicación, y facilita la generación y proliferación del nuevo narcisismo, el *individualismo posmoderno,* caracterizado por el impulso de los deseos de autonomía individual, el repliegue de las personas sobre sí mismas, la persecución de los intereses individuales con el fin de lograr una mejor vida para ellas mismas, el culto al cuerpo, las relaciones esporádicas y el placer, expresado «en un conjunto de nuevos valores. [...] Se trataría de un cambio social y cultural, que encarna un neohedonismo *fin de siecle*» (Balardini, 2005, p. 3).

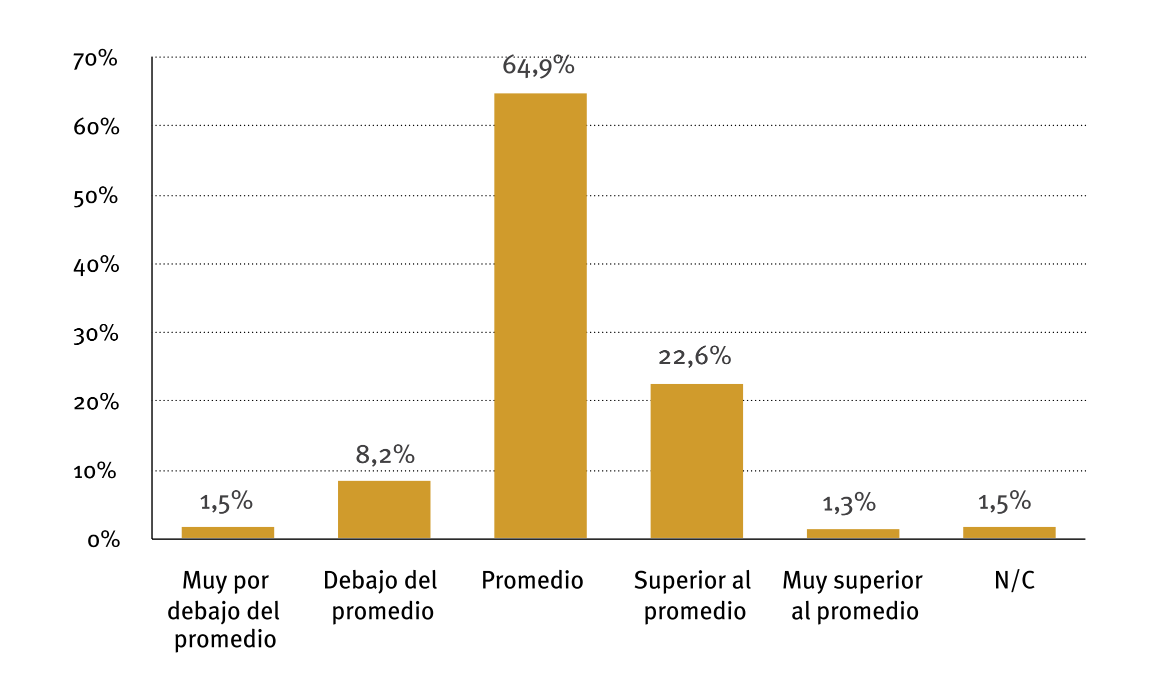
Estas ideas muestran la necesidad de analizar los hábitos de consumo de los jóvenes, en general, y de los estudiantes de periodismo en Venezuela, en particular. De modo que pueda comprobarse si las teorías al respecto concuerdan con la realidad empírica universitaria venezolana.

Los jóvenes universitarios en Venezuela pertenecen según su nivel socioeconómico al estrato

denominado clase media. Es la clase media profesional que percibe en la educación superior una posibilidad de ascenso social, aunque en la situación actual de crisis económica e inestabilidad política que vive Venezuela esa percepción de desarrollo y crecimiento personal se está debilitando. A pesar de ello, casi dos tercios de los estudiantes consideran que las condiciones económicas en el ambiente familiar inmediato en el que crecieron fueron similares a las del promedio de la población (64,9 %), mientras que casi un cuarto (23,9 %) consideran que estuvieron por encima de la media y tan solo 9,7 % estima que estuvieron por debajo.

Un 67 % de los estudiantes venezolanos muestran un interés relativamente alto por los asuntos políticos, lo cual es congruente en la carrera de Periodismo, cuya una de sus funciones profesionales sería la de permanecer vigilantes con el poder. No sorprende este interés de los estudiantes en la política si se tiene en cuenta la tensión social que experimenta Venezuela en la actualidad debido a la marcada polarización ideológica y política, que obliga a la población a decantarse por dos polos definidos por el apoyo o rechazo al proyecto político liderado, entre 1999 y 2013 por Hugo Chávez y, desde 2013, por Nicolás Maduro. Ambos mandatarios han ejercido un tipo de liderazgo que no puede entenderse si no es bajo la noción y la idea de conflicto, que es avivado en ciertas ocasiones por el rol político que han ejercido los medios de comunicación y los periodistas, haciéndose parte activa y estimulando el conflicto desde las posturas ideológico-partidistas que privilegian (Steven Bermúdez y Villalobos, 2015).

Gráfico 10.1. Condiciones económicas en el ambiente familiar inmediato en las que crecieron los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela



A pesar de que es positivo este apego de los estudiantes de periodismo a los asuntos políticos, esto no significa, al menos en un primer momento, que se vayan a consolidar en mayor medida los procesos democráticos. Más cuando las experiencias recientes en Venezuela muestran que la acción política de los jóvenes, por no decir de la mayoría de los habitantes del planeta, es coyuntural, concomitante y espasmódica (Páez, 2011).

Campo laboral, área de desempeño y experiencia profesional

A pesar de la cantidad de dificultades que atraviesa el periodismo en Venezuela, como los bajos índices de libertad de prensa y seguridad del ejercicio periodístico, el aumento de la presión de las autoridades del país y la violencia institucional sobre los medios,[37] las carreras de Periodismo y Comunicación Social siguen siendo para muchos estudiantes la primera opción escogida en la universidad. Más de la mitad de los estudiantes encuestados (52,3 %) seleccionaron la opción del periodismo como campo profesional en el que les gustaría desarrollar su carrera. Este resultado tiene una especial repercusión, debido a que la mayor parte de las universidades donde se desarrolló la encuesta solo cuentan con la Licenciatura de Comunicación Social, un área mucho más amplia, que incluye otras disciplinas relacionadas con la comunicación como el arte, la cultura, la empresa, la academia, los servicios sociales y las instituciones públicas.

Los medios masivos convencionales continúan siendo al día de hoy los más demandados por los estudiantes de comunicación social y periodismo como alternativa profesional futura (48,7 %). La televisión se muestra como la más deseada (23,1 %), seguida por los medios escritos (18,4 %) y la radio (7,2 %), que es el medio convencional que menos interés despierta entre los estudiantes encuestados. A continuación, las profesiones relacionadas directamente con

37 Página web oficial de Reporteros sin Fronteras: ‹http://www.rsf-es.org/news/clasificacion-mundial-2016-analisis-america› [consulta: 11.8.2016]

Gráfico 10.2. Interés en la política, de los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela

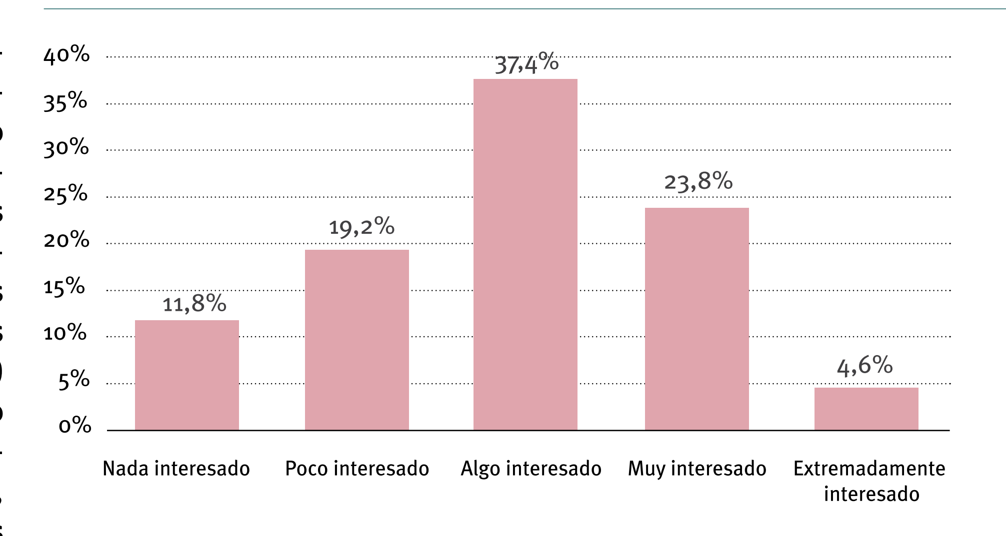
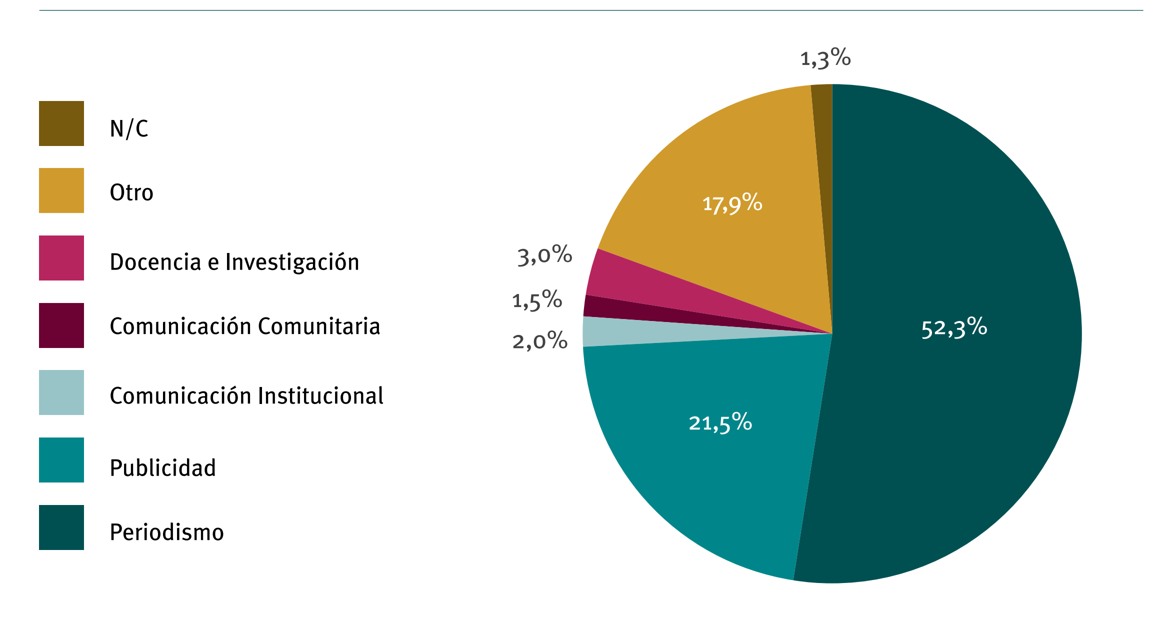


Gráfico 10.3. Campo laboral en el que les gustaría trabajar a los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela cuando finalicen sus estudios



el mercado empresarial y de carácter marcadamente mercantil, como publicidad y relaciones públicas, son las que más interés despiertan (15,6 %).

La comunicación se ha relacionado tradicionalmente con el mundo de la cultura y el arte, aspecto que se deja entrever en el hecho de que el cine es una de las posibilidades profesionales de futuro que están más presentes (14,6 %).

Finalmente destaca, pero desde un punto de vista negativo, en primer lugar, la involución que supone que las profesiones relacionadas con los medios *online* y el ciberperiodismo son las menos demandadas por los estudiantes (1,3 %) y, en segundo lugar, el bajo nivel de iniciativa individual y emprendimiento, debido a que la posibilidad de trabajar como *freelancer* es la menos seleccionada entre todas las variables (1 %).

Más de la mitad de los estudiantes de periodismo en Venezuela (57,4 %) tienen algún tipo de experiencia profesional. Entre los que la poseen, la mayor parte han desarrollado su actividad profesional en la radio (12,9 %) y en portales de noticias *online* (12,5 %). Estos resultados, al menos, resultan paradigmáticos debido a que, en primer lugar, los portales de noticias *online* fueron el tipo de medio de comunicación menos demandado como propuesta profesional de futuro y, en segundo lugar, la radio fue el medio convencional menos valorado como opción profesional de futuro.

Hay evidencia de que, para los jóvenes, todos los medios de comunicación son importantes en su vida, por cuanto desempeñan una serie de funciones que les permiten o facilitan la interacción social; esto

Gráfico 10.4. Preferencia de desempeño profesional de los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela

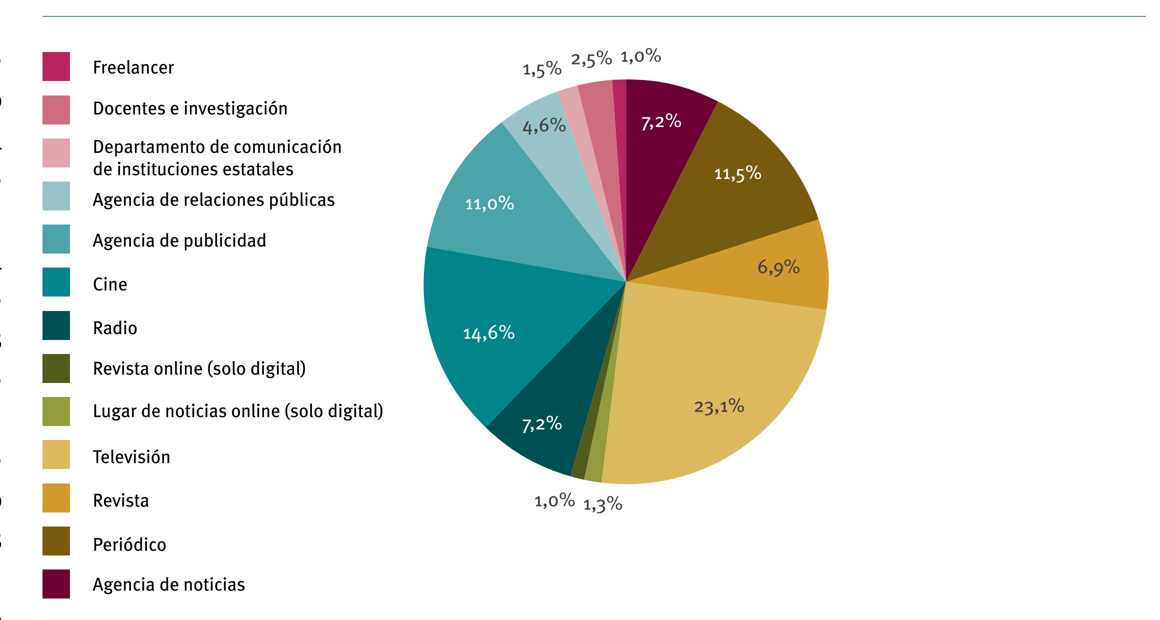
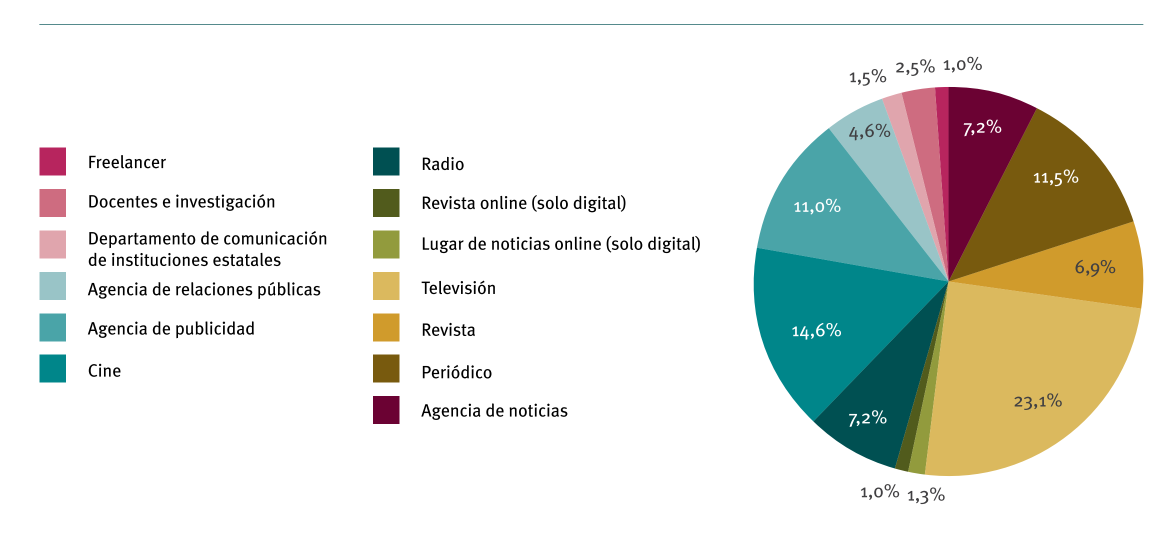


Gráfico 10.5. Experiencia laboral de los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela



va desde la posibilidad de comunicarse básicamente con los miembros de sus grupos primarios hasta los de los grupos secundarios (Parra, Oliva y Páez, 2006). A pesar de que lo que plantea esta perspectiva es cierto y evidente, el punto más importante al respecto es conocer qué tipo de medios de comunicación son los elegidos por estos jóvenes a la hora de comunicarse.

En relación con esto, el cambio en los hábitos de consumo en los estudiantes de periodismo de Venezuela es una realidad evidente que muestra el traspaso del mundo físico al digital. Los resultados de este estudio lo corroboran, ya que los medios y canales de comunicación más consumidos son los que se encuentran en versión *online* y en la red. Las redes sociales Facebook y Twitter son las más demandadas a la hora de informarse; casi la mitad de los estudiantes las emplea a diario. Este resultado concuerda con el informe del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo (2016), que señala que para el 28 % de los jóvenes entre los 18 y los 24 años su principal fuente de información son las redes sociales, superando por primera vez en la historia a la televisión. Este último dato coincide de nuevo con nuestros resultados debido a que casi un tercio de los estudiantes (29,5 %) ven los noticieros en televisión, que se mantiene aún como uno de los medios más consumidos, pero que, sin embargo, ya es superado por las redes sociales y los portales de noticias *online* (39,5 %).

Una realidad patente es que el modelo de negocio de los medios escritos, diarios y revistas está dejando de funcionar, a una velocidad alarmante. Casi dos tercios de los estudiantes no consume nunca, o solo una o dos veces a la semana, diarios impresos (61,3 %) y revistas (63,8 %). Por su parte, la radio, a pesar de que no está en una situación tan alarmante como los medios impresos, posee unos índices de consumo de los encuestados relativamente bajos: el 25,9 % escucha los noticieros de radio entre uno y cuatro días a la semana.

Si se comparan los resultados del consumo de medios con las preferencias profesionales futuras de los estudiantes de periodismo venezolanos, se observa con claridad la baja conciencia que estos poseen de la realidad mediática y de consumo de información de la ciudadanía en general y de ellos mismos

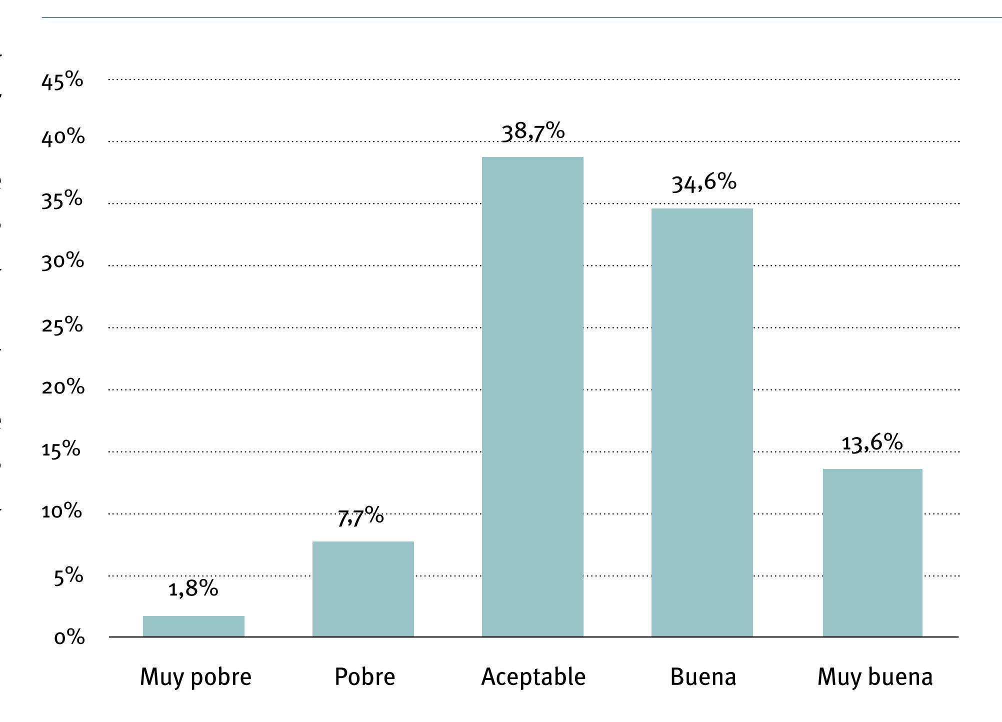
Tabla 10.1. Frecuencia de consumo de medios de los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela, en porcentajes

Tipo de medios	Nunca	1-2 días a la semana	3-4 días a la semana	5-6 días a la semana	Todos los días	Sin respuesta
Diarios impresos	22,3	39	14,1	8,7	11,8	4,1
Portales de noticias *online*	3,6	13,8	17,4	19	39,5	6,7
Noticieros de radio	20	24,6	21,3	14,9	14,1	5,1
Revistas	35,6	28,2	17,9	8,5	5,1	4,6
Noticiarios de televisión	12	17,7	18,5	16,1	29,5	6,1
Twitter	7,9	7,4	11,3	17,2	47,2	9
Facebook	10,2	5,9	11,3	13,6	48,7	10,2

en particular. A pesar de que consumen con mucha más asiduidad los medios y canales *online*, aún siguen prefiriendo desarrollar su actividad profesional en los medios de comunicación tradicionales y no terminan de aceptar la posibilidad de hacerlo por cuenta propia o en un entorno digital.

El hecho de que los estudiantes de periodismo de Venezuela prefieran las redes sociales y los medios *online* para informarse muestra un perfil que encaja perfectamente en la tipificación general de los jóvenes en la actualidad (Serrano, 1995), que perciben el mundo de forma *massmediática*, aislada e individual. Ante todo porque hoy en día vemos cómo se ha transformado el empleo y disfrute de los espacios privados, y su significado afectivo, y se manifiesta un repliegue al ámbito privado (Bisbal, 2003).

Gráfico 10.6. Percepción de los estudiantes de periodismo y comunicación social sobre la calidad de la enseñanza del periodismo en Venezuela



Calidad e importancia de las carreras y el título de Periodismo y Comunicación Social

Las carreras de Periodismo y Comunicación Social gozan de un sólido apoyo de la mayor parte de los estudiantes. Concretamente, el 48,2 % consideran que la calidad de la enseñanza del periodismo en Venezuela es buena o muy buena, mientras que más de un tercio (38,7 %) la consideran aceptable. Menos de una décima parte (9,5 %) desaprueban o están en desacuerdo con el tipo de enseñanza recibida.

En consonancia al alto valor dado al tipo de enseñanza recibida en las universidades y facultades de Periodismo y Comunicación Social, más de tres cuartas partes (76,1 %) de los encuestados estiman que los estudios en periodismo, y por lo tanto la titulación universitaria en esta especialidad, son fundamentales para el ejercicio periodístico.

El 76,2 % de los estudiantes de periodismo y comunicación social en Venezuela están muy de acuerdo con la necesidad de obtener la titulación universitaria en periodismo para ejercer la profesión. El 19,7 % están algo de acuerdo; solo el 2,3 % están algo en desacuerdo y el 0,3 % muy en desacuerdo.

Respecto a las dos últimas cuestiones, cabe preguntarse si la percepción que poseen los estudiantes sobre su formación y la importancia de la titulación de perio-

dismo está acorde con las demandas del mercado mediático. Más aún, si en las redacciones se encuentran graduados en comunicación social que resultan comunicadores eficaces, las escuelas son ineficientes e ineficaces en la tarea de formar a los comunicadores que la sociedad del siglo XXI demanda (Méndez, 2015).

Perfil del estudiante de comunicación social y periodismo en Venezuela

Los universitarios que están realizando las carreras de Periodismo y Comunicación Social en Venezuela son jóvenes de entre 20 y 22 años, de género femenino, pertenecen a la clase media, tienen bastante interés en los asuntos políticos, desean trabajar en los medios de comunicación convencionales, especialmente en televisión, tienen experiencia profesional, se informan a través de las redes sociales y portales de noticias *online*, consideran que los estudios en periodismo son adecuados y la titulación en periodismo es fundamental para el ejercicio profesional.

El intento de profesionalización del periodismo en Venezuela se refleja, en primer lugar, en las políticas gubernamentales que se están implementando desde hace casi dos décadas; en segundo lugar, en la creación de nuevos organismos y medios públicos en materia comunicacional y; en tercer lugar, en la aprobación de nuevas legislaciones, como, por ejemplo, la Ley Orgánica de Telecomunicación del año 2000. En este proceso, la academia ha pasado a cumplir un rol principal ya que la concienciación de los nuevos profesionales sobre la importancia de una adecuada base teórica y conceptual del periodismo y la obligación de poseer la titulación universitaria en la especialidad de Comunicación Social o Periodismo para ejercer la profesión se han convertido en etapas fundamentales que todo periodista debe pasar. Motivo por el cual la edad de los estudiantes ronda los veinte años.

A este aspecto se une la incorporación de la mujer al mundo académico y, por ende, al laboral en Venezuela. La presencia de las mujeres en la universidad muestra el proceso de feminización en el que la profesión periodística se encuentra inmersa, ya que las facultades de Periodismo y Comunicación Social son reflejo de las plantillas de trabajadores futuras en las redacciones del país.

Los jóvenes universitarios en Venezuela pertenecen a la clase media. Este aspecto podría explicarse porque esta autodenominada clase media profesional percibe en la educación superior universitaria una posibilidad de ascenso social y profesional. Esta idea permanece arraigada en la mente de los estudiantes de tal manera que, aun en la situación actual de crisis económica, política y social que vive Venezuela y donde la percepción de esperanza de progreso se está debilitando a pasos agigantados, más de la mitad de los encuestados aseguran que viven en condiciones similares a las del promedio de la población.

El paralelismo político entre los periodistas y los partidos políticos es evidente en los estudiantes venezolanos de periodismo y comunicación social. El relativamente alto interés de estos en los asuntos políticos los posiciona dentro de una ideología política que, a su vez, los enfrenta o los une a las ideas del gobierno

actual. Tal y como está planteada en Venezuela la relación entre los periodistas y los medios de comunicación y el gobierno, el paralelismo político se evidencia en la percepción que los estudiantes tienen de 1) sus relaciones organizativas con los partidos políticos, 2) su rol político dentro de los medios de comunicación (la filiación política determina sus carreras profesionales), 3) sus orientaciones y prácticas profesionales y 4) el partidismo de las audiencias.

Respecto a la ideología política que poseen los encuestados, la mayor parte de ellos confirma su tendencia de centroderecha. Este resultado implica una postura ideológica enfrentada a la propuesta por el actual gobierno de Nicolás Maduro, asociada a los valores del bolivarianismo y al socialismo del siglo XXI. A pesar de ello, la tendencia al centro político ideológico (Garay, 2006), identifica a los estudiantes con una postura política más predispuesta a asumir una actitud profesional capaz de mostrar nuevas realidades desde una mirada limpia, sin sesgos ni prejuicios, y un pensamiento claro, liberado de radicalismos ideológicos pero con una amplia disposición a mantener la vigilancia sobre el poder.

La principal idea que los estudiantes en Venezuela tienen en mente cuando estudian comunicación social es la de ejercer el periodismo. A pesar de ello, cuando los graduados obtienen su título académico universitario, en este se indica que son *licenciados en comunicación social*. Esta titulación les permite ejercer tanto el periodismo como carreras más orientadas al mercado financiero, político, social o creativo. Las diferencias curriculares entre las diversas escuelas, basadas principalmente en las tres menciones clásicas de periodismo, audiovisual y publicidad, son insignificantes desde el punto de vista profesional, aunque algunas privilegian más los aspectos doctrinales e ideológicos (Aguirre, 2006).

Los estudiantes de comunicación social y periodismo venezolanos gozan de un nivel bastante alto de experiencia profesional, adquirida especialmente en los portales de noticias *online* y el sector radial. El hecho de que los estudiantes posean más experiencia dentro de los portales de noticias *online* muestra el fuerte desplazamiento de los medios tradicionales hacia los sistemas digitalizados e internet y un aumento de la precariedad en el trabajo (Aguirre, 2006). En el caso particular de la radio, que reúne unas 300 emisoras, se debe a que comenzaron a subemplear muchos jóvenes recién graduados, o aun sin graduarse, garantizando una mano de obra barata para la producción y difusión de los noticieros y programación en general.

A pesar de que la radio es uno de los principales medios donde los estudiantes han desarrollado su experiencia profesional, resulta paradójico que sea uno de los menos demandados como propuesta futura de trabajo. Esta situación podría explicarse por la decadencia del medio comunicacional en Venezuela, especialmente en el campo periodístico y radiofónico (Aguirre, 2006).

Las carreras de Comunicación Social y Periodismo disfrutan de cierto crédito y apoyo proveniente de los estudiantes. En ese sentido, cabría destacar el proceso de reforma curricular iniciado en todas las Escuelas de Periodismo, Comunicación y Afines para hacer una reconversión integral de los programas de estudio, ajustándolos a las tendencias actuales (Aguirre, 2006).

Chile, Colombia, Ecuador y México
La praxis periodística: situación actual y principales limitantes

Javier Odriozola-Chéné,
Fernando Gutiérrez-Atala,
Javier Ferreira-Jiménez,
Juan José Domínguez-Panamá

En julio de 2014 se creó el grupo de investigación Estudio de Rutinas Periodísticas (ERP), compuesto por investigadores de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México y Paraguay.[38] Surgió para estudiar las transformaciones que registran los mecanismos utilizados por periodistas latinoamericanos para recolectar, seleccionar y publicar información, las influencias que podrían afectar a dicho proceso y los efectos que aquello tiene en el producto final que se ofrece al público.

Se trata de un estudio de tipo cualitativo con un enfoque descriptivo exploratorio. El primer informe, en plena etapa de análisis de la información recogida, estuvo orientado a la identificación de las condicionantes que los periodistas reconocen al autoevaluar sus rutinas de trabajo. Se elaboró sobre la base de entrevistas semiestructuradas aplicadas a informadores de Buenos Aires (Argentina), Concepción (Chile), Bucaramanga (Colombia), Quito (Ecuador) y Veracruz (México), representantes de cuatro soportes diferenciados: prensa escrita, radio, televisión y cibermedios. La segunda etapa se centrará en el análisis comparativo de esos condicionantes (Gutiérrez-Atala, Odriozola-Chéné, Aguirre-Mayorga et al., 2015; Gutiérrez-Atala, Ferreira-Jiménez y Pajoni, 2015; Gutiérrez-Atala, Odriozola-Chéné, Ferreira, Anaya-Ávila y Pajoni, 2016).

38 Sitio web del proyecto ‹http://www.rutinasperiodisticas.org› [consulta: 20.8.2016].

El desarrollo del periodismo en América Latina

El periodismo como profesión no ha estado exento de los cambios surgidos en la sociedad actual. La vorágine con la que se desarrolla la actividad informativa en estos días es un reflejo del mundo del siglo XXI, donde la tecnología ha roto gran parte de los paradigmas e impone nuevas formas de vivir, de comunicarse y de informar. Al hablar de Latinoamérica debemos tener en cuenta que «los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas (sobre todo en las áreas mesoamericana y andina), del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas» (García-Canclini, 2001, p. 86). Con el asentamiento de la globalización cultural hay que tener en cuenta que las identidades ya no solo se construyen desde las raíces propias de cada cultura, y obligan a considerar una nueva dimensión, definida como *moving roots*, la cual hace referencia a las redes y flujos culturales fruto de migraciones y movilizaciones que desanclan la identidad cultural tradicional (Martín-Barbero, 2003, p. 21). De esta manera, se desarrollan comportamientos comunes entre sociedades con un desarrollo económico, cultural y político similar (Inglehart y Carballo, 1997, p. 35). Sin embargo, si bien pueden presentar características comunes, también presentan características distintivas derivadas de la propia realidad nacional.

Esta cuestión también es aplicable al ejercicio del periodismo. El estudio de la figura del periodista a nivel latinoamericano involucra también el desafío de homogeneizar grupos culturalmente muy diversos. Así, «para estudiar el periodismo como parte de los procesos comunicacionales de América Latina se hace necesario referirse a los conocimientos tradicionales, la memoria, la investigación, la innovación, las imposiciones económicas, la educación, la política y el diálogo de saberes (Oller-Alonso, 2016, p. 226). Esto posibilita la investigación comparativa al definirse «elementos comunes que han venido definiendo al periodismo en esta zona» (Mellado-Ruiz, 2009, p. 194). Los puntos de encuentro son, justamente, los condicionantes en la rutina laboral periodística abordados en esta investigación. Si bien cada país tiene sus particularidades en su relación medios-sociedad, el problema de los medios existe en todas las sociedades (McChesney, 2004, p. 16). Sin importar la época en la que se encuentre, el periodista latinoamericano desarrolla su trabajo acorde a su propia realidad.

Por tanto, el objetivo de esta investigación es determinar hasta qué punto son coincidentes o divergentes los condicionantes en el desarrollo de un periodismo de calidad en Chile, Colombia, Ecuador y México, para descubrir si la importancia de los condicionantes responde a la realidad social de cada país o a una profesión periodística globalizada.

El concepto de calidad periodística

Al abordar la calidad periodística nos encontramos con múltiples factores que marcan el trabajo periodístico: ética, rigor informativo, multiplicidad de

fuentes, criterio profesional, investigación periodística, capacitación, responsabilidad, pluralismo, instrumentos deontológicos, aportes al sistema democrático (Foro de Periodismo Argentino, 2008, p. 5). Tal y como constata McQuail (1992), los estándares utilizados para medir la calidad periodística son muy diversos.

De manera general, puede afirmarse que son tres las acepciones que han alcanzado una mayor relevancia a la hora de investigar sobre el periodismo de calidad: *calidad periodística* (*journalistic quality*), *calidad de las noticias* (*news quality*) y *calidad de los contenidos de las noticias* (*news content quality*) (Ramírez de la Piscina, González, Aiestarán, Zabalondo y Aguirre, 2014, p. 250). Esta heterogeneidad se traslada también a la propia configuración de las investigaciones centradas en el análisis del periodismo de calidad. Así, nos encontramos con que los factores que determinan la calidad periodística varían en nombre y número entre las diferentes investigaciones (Bogart, 1989; De Pablos Coello y Mateos Martín, 2004; McInerney y Bird, 2005; Red de Periodismo de Calidad, 2006; Shapiro, 2010; Teramo, 2006; Wimmer y Dominick, 1996).

En relación con la calidad periodística, hay cinco principios básicos que ayudan a un mejor desempeño de la profesión (Shapiro, 2010, p. 104): a) descubrimiento, búsqueda de la información; b) examen, es decir, someter esa información a escrutinio; c) interpretación, esto es, descifrar la historia que cuentan los hechos; d) estilo: uso de un lenguaje moldeado para la historia; e) presentación para enganchar a la comunidad con la historia construida.

Influencias en el desempeño de la profesión periodística

Los periodistas deben ser considerados como profesionales que trabajan dentro de un medio de comunicación que se enmarca en una sociedad determinada. Así, los condicionantes que afectan al desarrollo de la práctica periodística se producen a diferentes niveles. Existen cinco niveles de influencia (Shoemaker y Reese, 2014, pp. 8-9): a) individuales, en relación con el propio periodista como creador de los relatos periodísticos; b) rutinas periodísticas, asentadas en la profesión y, por tanto, tácitamente validadas; c) organizacionales, de acuerdo a los responsables de toma de decisiones en los propios medios de comunicación; d) instituciones sociales, donde se encuadran anunciantes, audiencias o grupos de interés; y e) el sistema, entendido como el sistema social o las ideologías de las sociedades.

Otro estudio clasifica estas influencias en seis dimensiones (Hanitzsch, 2010, pp. 11-12): a) políticas, tanto de representantes políticos como de *lobbys* que se desenvuelven en el campo político; b) económicas, relacionadas con la necesidad de la publicidad como forma de financiar las empresas periodísticas; c) organizacionales, relacionadas con los procesos de toma de decisión en los medios de comunicación; d) de procedimiento, en relación con las limitaciones de tiempo y espacio con que trabajan los periodistas; e) profesionales, cuando se habla de las prácticas de trabajo asentadas de acuerdo a convenciones culturales de la profesión, y f) grupos de referencia, que determinan el trabajo del periodista y que están compuestos tanto

por la audiencia como por otros actores diversos como compañeros de profesión, amigos o familiares.

Finalmente, Oller y Meier (2012) plantean una categorización de las influencias en la práctica periodística en tres niveles: a) el primer nivel sería el de sistema, entendido como el marco social en el que se desenvuelven los medios de comunicación, relacionándose con otros sistemas de la sociedad; b) el segundo nivel se focaliza en las influencias de la propia institución mediática, en su estructura y procedimientos habituales; y c) el tercer nivel hace referencia al periodista como actor que se relaciona con las propias rutinas de trabajo que desarrolla a nivel individual dentro del medio de comunicación.

Es importante destacar que las influencias no se desarrollan horizontalmente, sino que se establecen siguiendo una jerarquía «que propone importantes distinciones entre los niveles de análisis y sitúa al periodista individual en una red de limitaciones organizacionales e ideológicas» (Reese, 1999, p. 48). Así, los condicionantes ideológicos de los periodistas se ven limitados por condicionantes institucionales, relacionados con la organización jerárquica de los medios y las rutinas periodísticas, que a su vez dependen del contexto social en el que los profesionales de la información y los medios se desenvuelven.

Respuestas de los periodistas chilenos

En la Región del Bío Bío (Chile), las condiciones de trabajo se presentan como la condicionante más prominente para el buen ejercicio del periodismo, pues un 87,5 % de los entrevistados ratifica la existencia de situaciones que afectan el buen ejercicio de su función profesional.

Uno los principales factores de este ítem es la dificultad para moverse dentro de la ciudad para seguir una noticia. No siempre existe movilización propia del medio de comunicación o esta es restringida, debiendo incluso acceder al transporte público, con todas las limitaciones que ello implica. «Tenemos ciertos horarios para el uso de vehículos» (sujeto 2). «La cantidad de camionetas de las que dispone un medio es un limitante porque se necesita estar en muchas partes» (sujeto 4). Además, «a veces, no hay otra opción que desechar alguna fuente» (sujeto 23).

En ese sentido, los entrevistados manifiestan falencias comunes. «Uno quiere generar un noticiero que requiere cierto número de periodistas para asegurar que ese informe tenga una calidad aceptable» (sujeto 33), pero «se dejan de hacer cosas por falta de equipamiento y de tiempo» (sujeto 29). Además, «la falta personal para cubrir la enorme cantidad de pautas propias y pautas oficiales es evidente» (sujeto 35). Otros elementos en este ítem es la poca conexión con otros miembros de los equipos laborales, por ejemplo, los diseñadores: «pides algo y hacen otra cosa y, con el apuro, ya no vas a pedir que diseñen otra vez la página. Lo mismo ocurre con los fotógrafos, que no siempre logran la foto que uno quiere» (sujeto 3).

Como segundo tema aparecen las rutinas laborales. El 85 % de los entrevistados afirman que se siente afectados, principalmente en lo referente al tiempo de elaboración: «La premura es un tema que altera la

calidad de notas, que no siempre quedan como uno quiere, porque si tienes que estar apurado para llenar dos páginas a las 6 de la tarde, no se le puede dar el tratamiento que a uno le gustaría» (sujeto 3). Otro manifiesta «No hay tiempo para observar la realidad. Se designa el tema en la mañana, estás todo el día metido en ello y al día siguiente te exigen tener ideas. No hay tiempo para eso» (sujeto 5). Así, «publicamos notas que, a veces, no nos dejan contentos profesionalmente pero más que calidad, se pide que tengan visitas (en el sitio web). Tampoco hay tiempo para crear o experimentar» (sujeto 13). Otro entrevistado de un medio digital señala que «nuestra plataforma para subir noticias no es móvil, por lo tanto, no podemos andar siempre en todas partes. Tenemos que reportear y también estar aquí (en la oficina). Hay muchos otros colegas que piensan que nosotros estamos todo el día sentados jugando Candy Crush, cuando no es así» (sujeto 11). En un conglomerado empresarial específico, los informadores trabajan once días seguidos. «Llegando a los últimos días, se nota cansancio» (sujeto 6) y «al décimo día, ningún periodista quieren saber nada más de notas ni de reporteo» (sujeto 11).

En el tercer puesto, con un 72,5 % de presencia, aparece la condicionante formativa. Se afirma que «la universidad te da, quizás, una formación genérica de cómo relacionarte con el mundo» (sujeto 31). En algunos casos, los editores afirman incluso que «los periodistas que salen de la universidad no están capacitados en lo absoluto para poder ejercer su labor de una forma aceptable» (sujeto 33).

Los resultados evidencian molestia de los profesionales respecto de su formación reporteril. Se mencionan diferentes falencias: «O sea, saber los nombres y cargos, saber cómo dirigirme a determinadas personas, saber la diferencia entre un control de detención y una formalización de cargo, saber cómo presentarse ante una audiencia. Muchas cosas que hasta el día de hoy no las conozco, no las manejo» (sujeto 36). Se complementa este argumento con la afirmación de una falta de acercamiento a lo psicológico, «algo destinado específicamente al tratamiento del dolor, por ejemplo, cuando tienes que entrevistar a una persona a la que se le murió su hija, es muy complejo y no te preparan para eso» (sujeto 6).

En la cuarta posición se destaca, con un 62,5 % de los casos, las falencias tecnológicas como una condicionante transversal ante la precariedad y lo obsoleto de los equipos técnicos. Si nos situamos en el contexto de alta competencia, donde el tiempo es esencial, los desperfectos tecnológicos se manifiestan como una condicionante potente. Los sujetos mencionan que, si bien pueden realizar un trabajo de la mejor calidad posible, este jamás podrá compararse a las condiciones técnicas de los medios más grandes, como suele ocurrir con los de la capital, Santiago. «Las herramientas son deficientes en comparación con Santiago. Aquí no contamos con las mismas capacidades técnicas y humanas para hacer un trabajo al mismo nivel que se realiza allá» (sujeto 33).

Con un 52,5 % de casos, el salario se consolida como el quinto condicionante más mencionado. «Estás todo el día trabajando y te desmotiva el hecho de no ganar tanto, porque haces mucho» (sujeto 1). «Tienes las ganas de trabajar, es tu oficio para el que te formaste, lo hiciste con pasión pero ¿cómo

compatibilizas eso con la baja remuneración? Mucha gente se desmotiva de los medios y se va» (sujeto 9). Se manifiesta preocupación porque «hoy en día, la realidad de los medios no te da para proyectarte. No puedes considerar seguir trabajando en medios para tener una familia, para llevar un hogar tú solo» (sujeto 17). Todo esto genera una dura conclusión: «El rubro periodístico está desvalorizado» (sujeto 38).

Sin categoría (Otras) y con una presencia de 45 %, se expresan los siguientes factores condicionantes: la falta de un marco legal que ampare al periodista de las malas condiciones laborales, la competencia desleal acompañada de una sensación de poca confianza, los conflictos familiares por la escasa presencia en el hogar debido a las largas jornadas laborales y el ego de las fuentes, que no siempre se ven representadas en lo publicado por el medio.

La categoría de presión social marca un 40 % de presencia. En este contexto, los sujetos especifican que «hay mucha gente que se cree con la autoridad de darnos instrucciones, pero especialmente los dirigentes sociales» (sujeto 21). En caso de negarse a publicar lo que quieren y como quieren, se suele culpar al periodista de trabajar para la «burguesía».

Ahora los periodistas se enfrentan «a una marea de personas que creen tener contenido noticioso cuando no es el caso» (sujeto 27). Esto ocurre «en cualquier sitio, tanto en oficinas como en calle» (sujeto 29). «Los temas sociales pueden aparecer espontáneamente y modificar la agenda en algunos medios» (sujeto 5), lo que «ha llevado a pensar a la gente que sus problemáticas deben ser publicadas de forma instantánea por el hecho de proveer información, pero no tienen noción de factores noticiosos» (sujeto 10). Esto se da especialmente en localidades más pequeñas y en medios digitales (sujeto 11).

En el caso de las categorías de condicionantes ideológicas, políticas, económicas y jerárquicas, con porcentajes respectivos de 30 %, 17,5 %, 15 % y 15 %, corresponden a una presión minoritaria. Ahondando en los breves detalles mencionados, los sujetos especifican que «es común que existan casos en los que se le ordena al periodista cubrir información de partidos políticos sin ningún motivo coherente o fundamentado en la contingencia» (sujeto 7). Además, los representantes de la esfera política llaman por teléfono al profesional de la información que escribió algo que no les favorece para quejarse al respecto. «En algunos casos se llega incluso a descalificar al autor de la noticia» (sujeto 21). En ese sentido, «hay una insistencia a los medios de comunicación para que cubran sus actividades» (sujeto 27). La insistencia, según se afirma, es en algunos casos, extrema e inmanejable.

Respuestas de los periodistas colombianos

El 42,5 % de los periodistas colombianos entrevistados destacan la influencia de las condiciones de trabajo y un 37,5 % mencionan las rutinas periodísticas como principales condicionantes en el desarrollo de un periodismo de calidad. La falta de tiempo para realizar su trabajo se manifiesta como el principal limitante en el caso del buen ejercicio periodístico. Los entrevistados manifestaron contar

con «poco tiempo» para la realización de la noticia, producto de la acumulación de informaciones que deben reunir para una edición de su medio informativo (prensa, radio, televisión e Internet). «La obligación de contrastar noticias, de tener varias fuentes, se limita» (sujeto 44). Así, argumentan, los lleva a informar sin mayor profundidad y sin consulta de las fuentes suficientes, las cuales generalmente son solo una por información: «Entonces, por ejemplo, si a ti te piden hacer una noticia en la mañana; en la mañana no todas las personas te logran hablar, eso afecta un poco el equilibrio de la noticia, porque la noticia se va únicamente con la fuente que te habló y ya» (sujeto 43). Además,

> [...] se sabe que hay que sacar una noticia por lo menos en la mañana por periodista –estoy hablando del *puntocom,* porque yo soy periodista web–, entonces el tiempo es un factor clave, pues la gran mayoría de noticias los periodistas quisiéramos que llevaran como mínimo tres fuentes, pero muchas se van con una fuente. Y con lo que uno aprende en la universidad sabe que esa noticia no está equilibrada, le hace falta la contraparte. (Sujeto 44)

El aspecto tiempo para hacer reportería, verificar, contrastar, redactar y publicar hace que los periodistas caigan en la trampa, impuesta por el sistema, de hacer notas superficiales, según ellos.

> La principal condicionante para nosotros, como prensa escrita, es el tiempo, porque muchas cosas son del día a día, y son para hacerlas con la inmediatez que necesita el medio. Digamos que algunas noticias tienen que salir al otro día, y uno quisiera tener más tiempo para ahondar en otras fuentes o ahondar los temas, mirar bien la información y poder sacar una noticia completa, pero muchas veces el tiempo es lo que lo condiciona a uno (sujeto 53).

En Colombia es común que un periodista que trabaja en un medio de comunicación deba cubrir un promedio de 5 a 10 informaciones por día, lo que lo lleva a hacerlo de la manera que considere más *eficiente* en cuanto a recursos de tiempo y dinero, que se traduce en no profundizar ni buscar el contraste de fuentes o la variedad de fuentes.

En cuanto a las condiciones de trabajo, los profesionales entrevistados manifestaron que una gran limitante es que no se pueden desplazar a otros lugares para realizar su trabajo periodístico. Los medios restringen la inversión en gastos de transporte, especialmente en lo que tiene que ver con viajar a otras ciudades o a sectores rurales en donde ocurren hechos noticiosos. Para realizar su trabajo, los periodistas deben buscar cómo realizar dicho desplazamiento, la mayoría de veces en vehículos de organismos del Estado, o esperar los informes oficiales.

> Como este es un país en conflicto, la principal condicionante que uno encuentra es el acceso al lugar de los hechos. Entonces, uno tiene que atenerse a lo que el Ejército le diga, a lo que las fuerzas militares comenten, al material fotográfico que ellos suministren, porque llegar al lugar de los hechos es complicado. (Sujeto 47)

En sus respuestas, los periodistas relacionan los condicionantes ideológicos (25 %), políticos (12,5 %), económicos (22,5 %) y de presión social (12,5 %). Estos condicionantes son los que deben enfrentar especialmente quienes pertenecen a medios grandes, cuyos directivos tienen intereses y alianzas económicas y políticas.

> Muchas veces lo que para ti es una historia superimportante, que te gustaría ahondar en el tema, buscar e investigar, no es importante para tu medio o no le conviene al medio publicarlo o a tu jefe no le parece que sea una historia publicable [...].Existen intereses generales, entonces no solamente con los políticos, porque acá se intenta darles muy duro a los políticos, pero sí existen entidades específicas; entonces, por ejemplo, un día pasó algo con la Policía, entonces no, no se puede publicar. (Sujeto 45)

Pero no solo están las ideologías impuestas, sino las autoimpuestas: «En el periodismo creo que prima mucho que el periodista, en Santander, escribe por lo que siente, le parece, cree» (sujeto 49). En menor medida se encontró la jerarquización de la información que realizan los altos directivos de los medios de comunicación. Los periodistas presentan sus temas y el editor jefe o la dirección del medio deciden que no es pertinente cubrirlos. Estos condicionantes jerárquicos se relacionan con el espacio de publicación y la limitación que supone para el desarrollo de temas profundos al no haber espacio suficiente, que en ocasiones está privilegiado por la pauta publicitaria.

Los entrevistados cuestionan la formación recibida en la academia; en tanto, 25 % dicen que no les preparó para lo que debían enfrentar en su diario vivir como periodistas.

> Lo que aprendes en la universidad, la verdad es que no sirve para nada a la hora de trabajar. Uno realmente tiene que trabajar antes de graduarse porque la dinámica es completamente diferente... Tú piensas que sales de la universidad y piensas que vas a aplicar todo lo que aprendiste y no es así. Acá es donde tú te enseñas. Sí es una condicionante, te dan las bases pero el resto te lo da la experiencia. (Sujeto 53)

El panorama de la formación es complejo. En la región de Santander la oferta de posgrados en comunicación o periodismo es deficiente y, además, los periodistas argumentan no contar con el tiempo necesario para realizar estudios en posgrado, y alegan como limitante principal para ello las rutinas laborales.

Por último, un 20 % indica el tema salarial como una condicionante laboral limitante para el ejercicio del buen periodismo. Los entrevistados señalan que se sienten mal remunerados por el trabajo que realizan en sus medios.

> Esto implica que muchas veces deba trabajar más de ocho horas diarias, en horario nocturno y fines de semana, sin recibir mayor remuneración. A cambio, raramente puedo salir antes del horario estipulado, a pesar de haber culminado mi trabajo con anterioridad. (Sujeto 48)

Además, consideran que los salarios son demasiado bajos. «Un recién egresado no supera el millón y medio (de pesos colombianos) y, si es mayor la remuneración, de seguro es una gran empresa que no es un medio ni una agencia de comunicación» (sujeto 49).

Respuestas de los periodistas ecuatorianos

Los condicionantes políticos son mencionados de manera espontánea por más de la mitad de los sujetos entrevistados (62,5 %). Entre las situaciones que se destacan dentro de este condicionante están: el difícil acceso a la información y a las fuentes, en especial dentro del sector público; las presiones políticas que condicionan la libertad de expresión; y el miedo a las consecuencias que la Ley Orgánica de Comunicación puede traer. Explican que hay que tener mucho cuidado al publicar las noticias; hay ciertos conflictos que se deben trabajar de manera muy cuidadosa. Es una ley muy punitiva, persecutoria, sancionadora, subjetiva en muchas cosas. El periodismo es una actividad donde es difícil a veces poner reglamentos que sean muy precisos (sujeto 154).

Otro de los limitantes en el aspecto político es el difícil acceso a la información. Hay problemas para presentar información veraz, verificada y contrastada. Los procesos de acceso a las fuentes son complicados y largos. La institucionalidad restrictiva y la burocracia para conseguir información dificultan la información inmediata. También mencionan los condicionantes de los sistemas políticos. «Sin tener una u otra posición política directamente, a veces el hecho de que exista un régimen u otro en un país es un condicionante para que desarrolles tu trabajo» (sujeto 156).

Sin embargo, un grupo de los entrevistados sostiene que lo político no es un condicionante, ya que la ley ha mejorado aspectos dentro de la comunicación y que el acceso a las fuentes siempre es complicado. «El poder político siempre es crítico con los medios, pero influir directamente sobre el enfoque no lo veo» (sujeto 146). También mencionan que la ley ha mejorado aspectos de la comunicación: «La Ley de Comunicación es innovadora en la propuesta en el aspecto radioeléctrico» (sujeto 150). Sugieren que las leyes dejan las reglas claras y los condicionantes son impuestos por el individuo: «Si fuera el acceso a las fuentes oficiales más difícil, ya hubiesen muerto todos los medios: eso es un pretexto» (sujeto 131).

Las rutinas periodísticas (35 %) son un condicionante importante que incluye, en primer lugar, la inmediatez inherente a la práctica periodística actual. «El tiempo sí es un condicionante en el momento que tenemos el trabajo diario que nos limita el desarrollo, la búsqueda de la información» (sujeto 122). Esta premura en la realización del trabajo se potencia, en ocasiones, mediante sanciones desde la propia empresa periodística: «yo entrego mi página a las tres y media de la tarde; si me paso de ese tiempo para mí ya existe una multa» (sujeto 124). Así, el trabajo de los periodistas se mide «por el número de notas y no por la calidad de notas» (sujeto 153).

Además, otro problema fundamental que se produce al tratar con las fuentes se centra en los dife-

rentes ritmos de trabajo entre los periodistas y los agentes sociales. «Tienes que estar esperando mucho tiempo para poder recibir una respuesta de un representante de un ministerio, de una organización» (sujeto 151).

La consecuencia de este ritmo de trabajo y de la problemática relación con las fuentes es la robotización del trabajo que limita su capacidad analítica. «Tú vienes a cumplir solo por subir notas y pierdes tu capacidad de ser analítico, o pierdes tu capacidad de leer los escenarios» (sujeto 131). Así, se detectan tres factores que limitan la calidad del periodismo ecuatoriano: la burocratización, el inmovilismo y el simplismo (sujeto 138).

El tercer condicionante más mencionado por los periodistas son las condiciones de trabajo (27,5 %). Los periodistas consideran que los recursos humanos y materiales son insuficientes para el desarrollo de un periodismo de calidad en los medios ecuatorianos. «A ratos la agenda nos gana precisamente por eso, por la falta de personal» (sujeto 122). Esta falta de personal convierte al periodista en un profesional multitarea. «No tenemos un camarógrafo con asistente, uno tiene que ser el productor, el organizador y también el asistente» (sujeto 159). Por otro lado, la escasez de recursos materiales tampoco contribuye al desempeño profesional: «La empresa solo da transporte para los fotógrafos, no para los periodistas. Eso limita un poco porque tú, en la mañana, tienes que hacer dos o tres coberturas, venir y escribir acá, máximo hasta la una de la tarde» (sujeto 124). Así también, los problemas pueden presentarse en la propia redacción, a la hora de no disponer de un lugar de trabajo adecuado (sujeto 142). Esta situación es bastante habitual en los medios ecuatorianos. «Hay falta de presupuesto en las empresas privadas de comunicación» (sujeto 129). Estos aspectos se ven agravados por los exigentes ritmos de trabajo: «laboras más de ocho horas diarias, muchas veces con turnos de descanso de dos días cada quince días, y sin feriados» (sujeto 153).

En cuarto lugar, los periodistas sitúan los condicionantes económicos como el factor más determinante en el desarrollo de un periodismo de calidad. La situación económica del país ha condicionado los procesos de convergencia en los medios de comunicación. Los periodistas observan una «falta de infraestructura del país y de los medios, que restringen el acceso a la información, el acceso a internet» (sujeto 134). Esta situación se ha visto agravada tanto por «las decisiones gubernamentales que han tenido un impacto en el nivel de ingresos de los medios» (sujeto 129) como por «los auspiciantes que antes pautaban cien cuñas y hoy pautan veinte» (sujeto 149).

En quinto lugar, los periodistas relacionan la calidad de los contenidos periodísticos con la formación de los propios periodistas (17,5 %). «No todos los periodistas tienen la misma formación, ni siquiera la misma curiosidad, los temas que son de formación previa al propio ejercicio de la profesión» (sujeto 146). En el contexto actual, con la entrada en vigor de la Ley Orgánica de Comunicación, «se tiene que ser mucho más responsable, inclusive con los conocimientos que se adquieren en aulas» (sujeto 143). Desde la profesión se considera, sin embargo, que los egresados no llegan preparados para enfrentarse

de manera inmediata a la profesión: «Los chicos que salen de la universidad y se topan con ese nuevo escenario, creen saberlo todo al momento en el que salen, pero otra cosa es el lado laboral; hay un fuerte choque generacional en ese aspecto [...] les cuesta arrancar» (sujeto 131).

Un 12,5 % de los periodistas entrevistados citan los condicionantes jerárquicos, laborales (salariales), tecnológicos y de presión. Al hablar de condicionantes jerárquicos, los periodistas ecuatorianos hablan de censura en los propios medios. Esta está motivada tanto por «la política del medio, la línea editorial, que en muchos casos impide el desarrollo cabal de la información» (sujeto 148), como por «la autocensura en la que han incurrido los periodistas y medios» (sujeto 139). En cuestiones salariales, los entrevistados reconocen la mejora de las condiciones salariales con la llegada de la Ley Orgánica de Comunicación (sujeto 157). Sin embargo, más allá de Quito y Guayaquil, «el resto de medios de comunicación de provincias y cantones no cuentan con la capacidad económica para cumplir con esas disposiciones» (sujeto 150). Así, consideran que «el tipo de contrato laboral que ofrecen a los periodistas o comunicadores implica un salario bajo, en muchos casos carente de seguridad laboral y los beneficios que implica» (sujeto 150). En cuanto a los condicionantes tecnológicos, los periodistas afirman que «nos cuesta cambiar el chip tecnológico» (sujeto 140). La era de la comunicación digital «ha obligado a los sistemas editoriales a multiplicar el trabajo con los mismos recursos, lo que implica menos tiempo para desarrollar ese periodismo de calidad y lleva a priorizar también temas que pueden ser más comerciales en entornos web» (sujeto 127). Por último, al hablar de condicionantes relacionados con la presión social, los periodistas consideran que «a veces, en algunos sectores, hay cierta animadversión contra los periodistas» (sujeto 122). También son conscientes de que «este no es un oficio fácil. [...] Hay que buscar datos, ser una persona molesta ante ciertas autoridades, ante ciertos funcionarios, empresarios. Siempre es difícil» (sujeto 123). A ello, se le suma la presión de los auspiciantes (sujeto 132) y de las audiencias, por la necesidad de que «el mensaje sea totalmente claro para que las personas puedan entender; el mensaje no puede ser distorsionado» (sujeto 160).

El condicionante menos mencionado por los profesionales ecuatorianos son los ideológicos (10 %). Sin embargo, hay periodistas que consideran que «la principal limitación es uno mismo» (sujeto 140), siendo conscientes de «la autocensura en la que han incurrido los periodistas» (sujeto 139). Esta, para algunos, ha crecido en los últimos años con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación: «hay algunos aspectos en los cuales uno tiene que cuidarse mucho más que antes, si bien eso permite también ser mucho más responsables en la información que se entrega» (sujeto 143).

Respuestas de los periodistas mexicanos

Las entrevistas a los periodistas de Veracruz señalan mayoritariamente (75 %) que el riesgo laboral relacionado con el temor, la presión política, social

y, sobre todo, laboral los llevan a no decir de frente cómo está su realidad. Lo cierto es que la cifra de periodistas desaparecidos y asesinados en esta entidad mexicana es de proporciones alarmantes. «La censura, las amenazas para evitar la publicación de cierta información e incluso secuestros en el caso de algunos compañeros son algunos de los riesgos de la profesión» (sujeto 208)». Eso provoca que «pisar ciertos lugares desconocidos, conflictivos, así como tocar intereses ocultos, son parte de los riesgos que existen en la profesión del periodista» (sujeto 205). En definitiva, «las demandas y la censura intelectual, los secuestros e incluso la muerte son riesgos que existen en el ejercicio de la profesión» (sujeto 207).

La presión política sobresale con un 72,5 %, puesto que es una constante que el medio establezca convenios y negociaciones, ya que de ello depende también la subsistencia de la empresa. «El medio en el que trabajo tiene convenios con el gobierno, por lo que responde a intereses políticos» (sujeto 209). Así, «hay poderes financieros, económicos y políticos que inciden en el ejercicio del periodismo» (sujeto 238); lo que provoca que «en algunos casos, diría que tenemos más prensa institucionalizada de la que se necesita» (sujeto 214). Se observa que existe una relación prensa-poder, dependencia editorial y clientelismo político (sujetos 222, 229, 234).

El condicionante económico también destaca, con una presencia de un 62,5 %. «Hay una serie de aspectos económicos que influyen en el desarrollo de mi trabajo tales como la situación del país, el Estado y por supuesto los ingresos que proporciona el periódico» (sujeto 202). Además, «siempre hay intereses económicos de terceros que pueden verse afectados con lo que publicamos» (sujeto 208).

Las rutinas periodísticas resaltan con un 60 %. En general, el clima de trabajo dentro de los medios parece aceptable para la mayoría de los entrevistados. Los periodistas destacan la flexibilidad para el desempeño del trabajo, pero, aunque existe una sala de redacción y las herramientas necesarias para sus notas, los tiempos y dinámicas laborales no permiten la presencia física de los reporteros en dichas salas de redacción, por lo que existe la posibilidad de trabajar desde casa o la calle mediante el correo electrónico y el teléfono o el WhatsApp como sistema de mensajería instantánea. Sin embargo, los recursos materiales y tecnológicos necesarios para el ejercicio de la información no son suficientes: «El periodismo, quieras o no, te va empujando a que tus prácticas y rutinas las hagas a través de la computadora o del celular; lo malo es que no todos traemos buen equipo y termina uno haciendo la labor de reportero y fotoperiodista al mismo tiempo» (sujeto 223).

El condicionante de orden tecnológico es resaltado como un problema central por el 55 % de los entrevistados. Radica en la inmediatez de las actualizaciones de software y aparatos electrónicos, lo que se convierte en una cuestión económica. La tecnología prácticamente constituye una de las principales competencias laborales que tiene el periodista, puesto que la revolución tecnológica y la brecha digital impactan en el oficio de este, por ejemplo, «a partir del uso de las tecnologías tales como el uso de las redes sociales, los sitios web, además de las herra-

mientas tecnológicas como la computadora personal, el *smartphone* y las tabletas. El periodista cuenta con herramientas suficientes para la detección de fuentes confiables y sobre todo para ser prudente» (sujeto 201).

A continuación se sitúa la variable ideológica (52,5 %). Es conveniente destacar que dicha secuencia del orden de prioridades para el desempeño periodístico en Veracruz se ha visto fuertemente condicionada por el contexto social del estado para el ejercicio de la información, convertido en un escenario de acecho, desaparición y asesinatos a reporteros, situación que obliga a cambiar completamente las dinámicas de información y la forma de redacción, generando un ambiente de incertidumbre por el alto peligro, es decir, con una ideología condicionada.

> Actualmente el medio periodístico es un campo de batalla; por sí mismo genera opinión pública. Nunca como ahora el periodismo veracruzano ha estado bajo la lupa. Veracruz es el estado con mayor número de periodistas muertos… unos dicen que se metieron en lo que no debían y otros que por encargo de algún político. (Sujeto 216)

En relación con esta circunstancia, el periodismo que se ejerce ahora es de miedo. «Se trabaja bajo muchas presiones y condiciones, no hay libertad en este sentido; yo trato de hacer mejor mi trabajo, pero no soy tampoco una tonta que se exponga así porque sí» (sujeto 216). La situación de alta vulnerabilidad atenúa situaciones ideológicas como la escasa opinión pública que se genera, a decir de los mismos periodistas. Por ello, impera en las respuestas de los periodistas la idea de que no existe una verdadera opinión pública. Para algunos, la sociedad no está preparada.

> No obstante, pese a la democratización de los medios, aún existe un largo camino por recorrer para que el grueso de la población adquiera una actitud crítica con la información que se le presenta en los medios de comunicación; por ende la opinión pública es posible que sea creada. (Sujeto 221)

Se debe proporcionar una buena información y evitar todo tipo de especulaciones. La actividad periodística debe guiarse por valores y principios; sea cual sea la forma de pensamiento del periodista, deben prevalecer los principios de honradez, credibilidad y objetividad, para que la sociedad genere un sentido crítico (sujetos 215, 222, 226, 231, 237 y 240).

Las condiciones de trabajo están presentes como limitantes en un 30 % de las entrevistas. «La calidad de la información se demerita por la carga laboral, el tiempo de entrega y la competencia en las noticias que se publican» (sujeto 208), así como en la poca profundidad de los temas de investigación periodística. «Creo que la labor informativa existe de una forma un tanto básica pero considero que falta mejor periodismo de análisis» (sujeto 209). En el ámbito de las condiciones laborales, es muy evidente el cambio de perspectiva del periodista de planta a los periodistas que trabajan como *freelance*. «Como periodista independiente manejo mis propios tiempos

y temas, no compito con nadie que no sea yo y planeo mis investigaciones considerando los cierres de los medios en los que colaboro» (sujeto 211). Esta impresión se complementa con las dinámicas en el medio informativo en general, puesto que «es imposible pretender un magnífico trabajo del reportero, si este debe trabajar a destajo, en calidad de *maquiladora* y cubrir cantidades poco recomendables de noticias (sujeto 201)». Por otro lado, «en ocasiones el ambiente laboral es tenso, pero no tanto por parte de la empresa, sino de la gente que trabaja alrededor» (sujeto 226). Contrario a lo que podríamos suponer, pocos periodistas aseguran que la presión social sea una condicionante dentro de su rutina periodística, ya que aparece con un 25 %. La presión social gira nuevamente en torno al requerimiento en la modificación de las rutinas periodísticas, así como una notoria decadencia de los estilos periodísticos tradicionales y el auge de los contenidos informativos bajo demanda en plataformas multimedia. Esto provoca que «los hábitos profesionales, el gusto personal del director, las presiones de la sección comercial, las presiones políticas y económicas influyan en la toma de decisión sobre la información que se publica» (sujeto 211, 220). La presión social hacia el ejercicio informativo se refleja en un fuerte descrédito del periodista, generado en parte por las presiones económicas y políticas del medio, así como con una plena conciencia de los riesgos que puede implicar la libertad de expresión. «La libertad de expresión es amplia, pero en tiempos de inseguridad no conviene hablar» (sujeto 229).

> Llevo dos agresiones físicas, un despido y varias amenazas, siempre por el estilo de indagar, pues me gusta exhibir actos de corrupción o malas acciones, y no es la delincuencia organizada la responsable, es el gobierno el principal hostigador de los periodistas. (Sujeto 234)

En cuanto a los aspectos de formación y actualización, con un 17,5 % de presencia en las entrevistas, la percepción general es que aunque parece existir una plena confianza en el dominio de las habilidades adquiridas durante la formación profesional y la experiencia del campo de reporteo cotidiano, resalta la conciencia de una actualización necesaria, además de un cultivo constante de conocimiento. «El periodista de hoy debería tener: lectura de compresión, bagaje cultural amplio, al menos un idioma extranjero a nivel básico, redacción avanzada, lenguaje, lectura crítica de los medios, ética y una poquita de gracia» (sujeto 201).

> Me parece que el programa de capacitación que originalmente impulsó el Consejo Ciudadano del Premio Nacional de Periodismo era formidable en este sentido. Diría que sí, estaría bastante interesado. La actualización debe darse por parte de la empresa, del gobierno, pero sobre todo por iniciativa propia. (Sujeto 214)

Finalmente los niveles jerárquicos, con un 5 %, destacan por su escaso porcentaje. «En ocasiones, las prácticas corruptas y la empatía por ciertos ideologías determinan o condicionan contenidos en la

agenda política nacional por encima de los lineamientos editoriales de la empresa» (sujeto 228). «El ambiente laboral es bueno entre los compañeros, hay solidaridad, pero el miedo viene de arriba, por la censura y autocensura que aplican los intereses comerciales de la empresa editorial» (sujeto 222).

Discusión y conclusiones

El análisis comparativo realizado a periodistas chilenos, colombianos, ecuatorianos y mexicanos sobre los condicionantes en el desarrollo de un periodismo de calidad muestra que tres son los factores que se repiten más comúnmente en las respuestas de todos los periodistas: las rutinas periodísticas, las condiciones de trabajo y las salariales.

Al hablar de rutinas periodísticas, los periodistas destacan, fundamentalmente, la importancia de la inmediatez en la profesión actual. Así, se podría afirmar que la *actualidad* como valor-noticia se ha visto sustituida por la *inmediatez*. La consecuencia principal de su importancia es que se limita la capacidad de profundización del periodismo. Sin embargo, para cumplir con esta inmediatez inherente al periodismo del siglo XXI, los medios de comunicación no cuentan con los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de una buena praxis profesional. Los periodistas ven limitada su capacidad de cubrir acontecimientos por las dificultades de transporte, de acompañamiento de otros profesionales necesarios para la cobertura periodística y, pese a ello, sufren la presión del medio para que se cumplan los índices de productividad esperados. Aquí se observa otro elemento novedoso en el trabajo en medios de comunicación. Los periodistas tienen que relacionarse con nuevos perfiles profesionales como diseñadores, programadores, gestores de contenidos, lo que puede llevar a provocar divergencias en función de los objetivos de unos y otros. Además, esta carga de trabajo se desarrolla en los países bajo unas condiciones salariales no satisfactorias para los entrevistados.

Se observa, por tanto, que los factores más mencionados en el conjunto de los países responden a condicionantes derivados de la propia institución, es decir, de sus organizaciones mediáticas. Sin embargo, cabe destacar que entre estas influencias mediáticas, los periodistas entrevistados no destacan de manera preferente las presiones ejercidas por su propios superiores, pese a que de manera transversal sí sean comúnmente mencionadas al abordar otros condicionantes.

Más allá de estas similitudes, también se observan diferencias en las respuestas de los periodistas de los diferentes países. La importancia que los periodistas ecuatorianos y mexicanos otorgan a las rutinas periodísticas y a las condiciones de trabajo es menor que la otorgada por los periodistas chilenos y colombianos en relación con su posición en el conjunto de condicionantes. Al comparar los resultados obtenidos en cada país, la posición de cada uno de los condicionantes varía significativamente.

En Ecuador, los condicionantes políticos se configuran como los más importantes, destacando la influencia de la Ley Orgánica de Comunicación, las

presiones gubernamentales y el difícil acceso a fuentes del gobierno. Los periodistas ecuatorianos se enfrentan, por un lado, al necesario cumplimiento de una serie de rutinas que pretenden mejorar la calidad del periodismo ecuatoriano, y, por otro, al difícil acceso a fuentes gubernamentales que, debido a la propia ley, se configuran en fuentes imprescindibles para el cumplimiento de esas premisas legales. Este hecho provoca que la investigación periodística se vea frenada, debido a la necesidad de contar con este tipo de fuentes «poco colaborativas» para evitar sanciones por incumplimiento de los preceptos dispuestos en la Ley Orgánica de Comunicación. En este contexto se observa un desencuentro entre la inmediatez inherente al periodismo actual y los ritmos de distribución de información por los organismos públicos. Además, algunas figuras dispuestas en la ley son entendidas por los periodistas ecuatorianos como un freno fundamental en su desarrollo profesional. Por otro lado, la situación económica del país también afecta al desarrollo periodístico limitando la capacidad de contar con los recursos necesarios para abordar los procesos de convergencia mediática acordes al nuevo escenario digital con un mercado publicitario en descenso. Esta situación también es recurrente en el caso de Colombia y México.

En México, en los últimos diez años, la prensa enfrenta una crisis que lo convierten en uno de los países con mayor riesgo para ejercer el periodismo. Veracruz es un estado ubicado en el golfo de México, en donde ejercer el periodismo se ha convertido en una actividad de alto riesgo. Del 2005 a la fecha, 19 periodistas fueron asesinados y dos más continúan desaparecidos. Todo esto provoca que los condicionantes políticos y de otros agentes sociales, dentro y fuera de la legalidad, condicionen la propia visión de los profesionales sobre su función periodística y el desempeño de su profesión. Y ante el riesgo continuo a su propia integridad optan por autocensurarse. Se observa un bajo rendimiento, debido al estrés y la presión con la que los reporteros trabajan ante la situación de violencia. Además, la situación de inseguridad también ha provocado que los medios cubran de manera conjunta los acontecimientos para limitar situaciones de vulnerabilidad. Así, se ha sacrificado la exclusividad por la seguridad del personal. Los periodistas llegan, cubren y se van, ya no se quedan a indagar o a preguntar. La consecuencia fundamental es que se han adquirido vicios que han convertido al periodismo de investigación en un periodismo *cómodo*, al modificarse las rutinas periodísticas y la propia visión de la profesión.

De esta manera, se observa que el contexto social de enfrentamiento político, en el caso de Ecuador, y de inseguridad, en el caso de México, sitúan los condicionantes más importantes fuera del control de los propios medios de comunicación y de los periodistas. Para los periodistas ecuatorianos y mexicanos, son otros agentes sociales los que determinan y limitan, en gran medida, el desarrollo de un periodismo de calidad.

En el caso de Chile y Colombia, la menor importancia concedida por los periodistas a las presiones externas hace que el desarrollo de la profesión se centre en cuestiones que derivan de la propia actuación de los medios de comunicación y de los periodistas, sobre todo en Chile.

En el caso de los periodistas de Bucaramanga (Colombia), la primera hipótesis que una persona podría esgrimir al primer contacto con las limitantes para ejercer el periodismo en Colombia sería el conflicto interno armado o la violencia de las últimas décadas. Sin embargo, esta no se encuentra como uno de los limitantes de primer orden. Pese a ello, las presiones externas sí continúan sucediéndose, provocando una cierta autocensura de los propios periodistas, potenciada, en muchas ocasiones, por los propios medios de comunicación. Además, tal y como sucedía en Ecuador y México, la situación económica del país afecta la adaptación de los medios de comunicación al nuevo ecosistema digital. Por último, el periodismo colombiano se encuentra en el intersticio entre el desempeño profesional ejercido por periodistas graduados de una universidad y el periodismo ejercido por profesionales de otras ramas, pasando por quienes han aprendido el oficio periodístico de su día a día. Esto provoca que los periodistas entrevistados concedan gran importancia a los condicionantes formativos e ideológicos, destacando las necesidad de mejorar la formación superior con el objetivo de formar profesionales que comprendan en toda su magnitud las funciones normativas derivadas del ejercicio periodístico.

En el caso de Chile, las influencias externas, si bien están presentes en las respuestas de los periodistas de la Región del Bío Bío, no figuran entre las más destacadas. Entre ellas, sobresale la presión ejercida por todos los agentes sociales, incluida la ciudadanía, para determinar la agenda mediática. Esto, a su vez, pone en relieve un mayor contacto entre los periodistas y sus audiencias. La menor importancia de estos condicionantes externos provoca que, además de aumentar la importancia de las rutinas periodísticas, las condiciones de trabajo y la remuneración salarial, entre los condicionantes destacados se sitúen otros como los formativos y los tecnológicos. La importancia, y el desencanto, con la formación académica recibida por los periodistas aumenta. Se evidencia, en distintas manifestaciones, una sensación de insuficiencia con la academia. Así, se desprende que falta entregar conocimiento asociado a las distintas áreas que toca cubrir a la hora de reportear. Para los periodistas chilenos, faltan experiencias prácticas y pasantías para desarrollar el sentido común y habilidades blandas especiales para casos complejos.

En cuanto a los condicionantes tecnológicos, los periodistas chilenos hacen énfasis en el desafío que significa dominar las nuevas tecnologías cuando no se cuenta aún con los recursos. En un mundo globalizado, donde la tecnología se desarrolla con una rapidez exponencial, se debe tener especial cuidado para no caer en la obsolescencia. Sin embargo, ante esta necesidad de actualización de conocimientos, la cantidad de horas laborales que deben cumplir no les permiten contraer más responsabilidades fuera del trabajo como, por ejemplo, perfeccionar o continuar estudios. Se entra entonces en un círculo vicioso de devaluación del profesional.

En definitiva, las entrevistas hechas a los 160 periodistas permiten constatar que las rutinas periodísticas asociadas a la importancia de la inmediatez y las deficientes condiciones de trabajo y salariales

son un freno fundamental en el desarrollo de un periodismo de calidad.

Sin embargo, no podemos hablar de un desarrollo de la profesión similar en los cuatro países analizados. La importancia dada a estos condicionantes se ve reducida por otra serie de condicionantes externos derivados del contexto social, que varían su intensidad según el país. Así, la inseguridad, en el caso de los periodistas veracruzanos; las presiones políticas y sociales, en el caso de los periodistas quiteños y bumangueses, en menor medida, son otros limitantes fundamentales en el desarrollo de una buena praxis profesional. A ello también contribuirá una buena situación económica del país, puesto que, si no, se dificulta la adaptación de los medios de comunicación a las características del ecosistema mediático del siglo XXI. El caso de Chile muestra la menor importancia de este tipo de presiones externas, permite a los periodistas concentrar sus esfuerzos en reflexionar sobre la necesidad de mejora de otras condiciones como las formativas y tecnológicas para el desarrollo de un periodismo de calidad, que se aleje de ese *periodismo cómodo* potenciado con la llegada de la inmediatez como valor-noticia fundamental.

Anexo: Metodología

El presente análisis se fundamenta en una entrevista semiestructurada que parte de la pregunta: «¿Cuáles son las condicionantes que reconoce que afectan al desarrollo de un periodismo de mejor calidad en su rutina laboral?».[39] Se realizaron 160 entrevistas a periodistas chilenos (Región del Bío Bío), colombianos (Bucaramanga), ecuatorianos (Quito) y mexicanos (Veracruz) en activo de los cuatro soportes informativos: prensa escrita, radio, televisión y cibermedios.[40] A los sujetos entrevistados se les garantizó el anonimato y se les asignó un número a cada uno.

En el conjunto del proyecto, se han predefinido diez categorías de potenciales condicionantes de la labor informativa donde ubicar las respuestas de los periodistas:

* *ideológicos*, que consideran todas aquellas presiones que el informador pueda recibir en relación con la línea editorial a que responde el medio en el que trabaja, o bien situaciones en las que su propia ideología colisiona con la de la empresa informativa.

39 En la entrevista semiestructurada el entrevistador dispone de un guion que recoge los temas que se deben tratar, si bien tanto el orden de las preguntas como el modo de formularlas se deja a su criterio. Así mismo se puede pedir al entrevistado aclaraciones cuando no se entienda algún punto o que profundice en alguna cuestión cuando parezca necesario (Martínez y Rodríguez, 2008). En este sistema, el esquema de preguntas y secuencia no está prefijada, las preguntas pueden ser de carácter abierto y el entrevistado tiene que construir la respuesta; son flexibles y permiten mayor adaptación a las necesidades de la investigación y a las características de los sujetos, aunque requiere de más preparación de la persona entrevistadora, la información es más difícil de analizar y requiere de más tiempo (Del Rincón, Arnal, Latorre y Sans, 1995).

40 En el análisis se puede constatar que la identificación de los sujetos entrevistados abarca hasta el número 240, pese a que para esta investigación la muestra se concentra en 160 sujetos entrevistados. Esto es debido a que, aunque originalmente fueron 6 países los miembros de ERP, finalmente Paraguay no participó del estudio global y Argentina no ha participado de este informe. Pese a ello, se ha mantenido la codificación original del proyecto.

* *políticos,* que hacen mención a las presiones cuyo origen esté relacionado con la autoridad y sus representantes: grupos, partidos, alianzas, coaliciones e instituciones de diversa índole.

* *jerárquicos,* se relacionan con los efectos que tiene en el periodista y su trabajo la coacción proveniente de la jerarquía organizacional en cualquiera de sus manifestaciones.

* *económicos,* que se derivan de la situación financiera en el contexto nacional y regional del medio, de la empresa informativa que la sustenta y de los conflictos que puedan surgir con avisadores y proveedores.

* *laborales,* que afectan a la inmersión laboral del periodista, la mantención y estabilidad del puesto de trabajo, la situación salarial, etcétera.

* *formativos/vocacionales,* referidos a los efectos que tienen las falencias o carencias del profesional tanto en las aptitudes básicas propias de la función periodística, las adquiridas en el proceso formativo universitario o las relativas a la actualización permanente que es exigible a todo profesional.

* *tecnológicos,* referidos a la disposición y acceso que el periodista tenga a las TIC necesarias para la realización eficaz de su labor profesional y a la condición, pertinencia y actualización de estas.

* *presión social,* que se refiere a la presión que la sociedad (a través de sus diversos grupos) y la audiencia ejercen en el periodista y en el medio, para la instalación de sus demandas en el escenario informativo.

* *rutinas periodísticas,* que consideran a aquellas acciones y conductas que son adquiridas y aceptadas por el periodista, debido a que se trata de prácticas establecidas, consolidadas y validadas a través de la práctica y el desempeño profesional.

* *condiciones de trabajo,* vinculadas tanto a la disposición de los recursos necesarios para cumplir eficazmente la labor informativa (espacio físico, transporte, etc.) como a las condiciones de clima laboral y relaciones interpersonales.

Bibliografía

Aguirre, J. M. (2015). El impacto de los nuevos modos de producción en el campo de la Comunicación Social. *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, 40(171-172), pp. 55-63.

Aguirre, J. M. (2006). Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación: retos para la formación de los comunicadores sociales. *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación,* 32(135), pp. 42-56.

Altmeppen, K. (2008). The Structure of News Production: The Organizational Approach to Journalism Research. En: M. Loffelholz y D. Weaver (eds.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. Nueva York: Wiley.

Amado, A. (ed.) (2016). *Periodismos Argentinos: Modelos y tensiones del siglo XXI*. Buenos Aires: Centro para la Información Ciudadana-Fundación Konrad Adenauer.

Amado, A. (2015). Calidad periodística y fuentes presidenciales: El periodismo argentino frente a la comunicación de gobierno. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico,* 21 (especial noviembre), pp. 63-84.

Amado, A., y Pizzolo N. (2014). Journalism Studies in Argentina: Background and Questions. *Brazilian Journalism Research,* 10(1), pp. 8-23.

Amado, A., y Waisbord, S. (2015). Divided we stand: Blurred boundaries in Argentine journalism. En M. Carlson y S. Lewis (eds.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices, and Participation* (pp. 51-66). Nueva York: Routledge.

Amnistía Internacional (2008). *Déjennos en paz: la población civil víctima del conflicto armado interno de Colombia*. Madrid: Editorial Amnistía Internacional.

Arroyave, J. (2008). Reflexiones sobre el cubrimiento del conflicto armado. Ponencia presentada al IX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), 9.10.2008, Ciudad de México, Tecnológico de Monterrey.

Arroyave, J., y Barrios, M. (2012). Journalists in Colombia. En: D. Weaver y L. Willnat. *Global Journalist in the 21st Century*. Nueva York: Routledge.

Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?* Buenos Aires: La Crujía.

Arrueta, C., y Brunet, M. (eds.) (2012). *Fuentes confiables. Miradas latinoamericanas sobre periodismo*. San Salvador de Jujuy: Dass.

Artículo 19 (2016). *M.I.E.D.O.: Medios, Impunidad, Estado, Democracia, Opacidad*, Ciudad de México: Article 19.

Bagdikian, B. (2000). *The Media Monopoly*. Boston, EUA: Beacon Press.

Balaguer, R. (2002). Videojuegos, internet, infancia y adolescencia del nuevo milenio. Disponible en el *Archivo del Observatorio para la CiberSociedad*.

Balardini, S. (2006). *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*, Proyecto Juventud. Disponible en: ‹http://168.96.200.17/ar/libros/cyg/juventud/balardini.doc›.

Baldivia Urdinea, J., Planet, M., Solís Riva, J., y Guerra, T. (1981). *La formación de los periodistas en América Latina: México, Costa Rica y Chile*. México: Nueva Imagen.

Banco Mundial (2014). *América Latina y los homicidios mundiales*. [En línea]. ‹http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/02/11/en-america-latina-sufre-mas-del-30-de-los-homicidios-mundiales› [consulta: 10.3.2016].

Barrios, M., y Arroyave, J. (2007). Perfil sociológico de la profesión del periodista en Colombia: Diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias. *Diálogos de la Comunicación*, 75, pp. 1-15.

Beam, R. (1990). Journalism professionalism as an organizational-level concept. *Journalism Monographs*, 121, pp. 1-43.

Becerra, M., y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Quito: Editorial Prometeo / Instituto Prensa y Sociedad.

Bisbal, M. (2003). *Para un mapa mediático de la ciudadanía*. II Congreso de la Conferencia Venezolana de Comunicación Social, 16-20 de mayo, Isla de Margarita, Venezuela.

Boczkowski, P. J., y Mitchelstein, E. (2013). *News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. Massachusetts: The MIT Press.

Bogart, L. (1989). Press and Public: Who Reads What, When, Where, and why. *American Newspapers*. Hillsdale, Michigan: Psychology Press.

Campbell, W. R. (2004). The sources of institutional trust in East and West Germany: Civic culture or economic performance? *German Politics*, 13, pp. 401-418.

Cañizález, A. (7.7.2015). El periodismo en Venezuela se ejerce en precarias condiciones. *El Nacional*. Disponible en: ‹http://bit.ly/298udbJ› [consulta: 20.8.2016].

Cañizález, A., y Correa, C. (2003). *Informe 2002. Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer. Disponible en: ‹http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/informe2002.pdf› [consulta: 23.8.2016].

Cañizález, A., y Reyes, L. (2014). Incompleta radiografía del periodismo y desarrollo mediático en Venezuela, en: *Comunicación. Estudios venezolanos de la comu-*

nicación, n.° 165, pp. 70-81. Caracas: Fundación Centro Gumilla. Disponible en: ‹https://es.scribd.com/document/229707245/Comunicacion-165› [consultado agosto 20, 2016].

Carlson, M., y Lewis, S. C. (eds.) (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices, and Participation*. Nueva York: Routledge.

Carreño Carlón, J. (2000). Cien años de subordinación: un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX, *Sala de Prensa*, 2(16).

Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Siglo XXI.

Centro Nacional de Memoria Histórica (2015). *La palabra y el silencio: la violencia contra periodistas en Colombia, 1977-2015*. Bogotá: CNMH.

Correa, C. (2006). *Informe 2005. Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.

Dantas, J. G. (2008). O comportamento dos telespectadores diante da programação televisiva neopentecostal. *Protestantismo em Revista*, vol. 16, may-ago.

Darío, R., y Astudillo, F. (2005). *Periodismo por dentro. Una pausa en medio del vértigo*. Quito: CIESPAL.

Dawes, S. (2014). Press freedom, privacy and the public sphere. *Journalism Studies*, 15(1), pp. 17-32.

Day, L. (1968). The Latin American journalist: A tentative profile. *Journalism Quarterly*, 45(3), pp. 509-515.

De León Vázquez, S. (2012). *Comunicación pública y transición política: los rasgos de los global en el periodismo local,* Aguascalientes, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

De Moraes, D., Ramonet, I., y Serrano, P. (2013). *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Buenos Aires: Biblios.

De Pablos Coello, J. M., y Mateos Martín, C. (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de «medicación» para recuperar la calidad en la prensa. *Ámbitos: revista andaluza de comunicación*, 11-12, pp. 341-365.

De Piero, S., y Gradín, A. (2015) La sociedad civil desorganizada. *Revista Estado y Políticas Públicas*, 5, Buenos Aires: FLACSO.

Del Palacio, M. C. (coord.) (2015). *Violencia y periodismo regional en México*, México: Juan Pablo.

Del Rincón, D., Arnal, J., Latorre, A., y Sans, A. (1995). *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Dykinson.

Dessein, D., y Roitberg, G. (2014). *Nuevos desafíos del periodismo*. Buenos Aires: Ariel.

Donohue, G., Olien, C., y Tichenor, P. (1985). Reporting conflict by pluralism, newspaper type and ownership. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 62(3), pp. 489-499.

Donsbach, W. (2009). Journalist. En: Noelle-Neumann, E. (ed.), *Fischer Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*. Germany: Fischer-Taschenbuch-Verlag.

Donsbach, W., y Patterson, T. (2004). Political news journalists: Partisanship, professionalism and political roles in five countries. En: Esser, F., y Pfetsch, B. (eds.). *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Nueva York: Cambridge University Press.

Donsbach, W., y Patterson, T. (2004). Political news journalists: Partisanship, professionalism, and political roles in five countries. En: Esser, F., y Pfetsch, B. (eds.).

*Comparing political communication: Theories, cases, and challenges (*pp. 251-270). Nueva York: Cambridge University Press.

Duval, J. (2005). Economic journalism in France. En: Benson, R., y Neveu E. (eds.). *Bourdie and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity.

Fecolper (2015). *Concentración de medios en Colombia*. Conferencia de Fecolper y Reporteros sin Fronteras, Bogotá, 15.10.2015. Disponible en: ‹https://www.youtube.com/watch?v=IAa7jnhBncg› [consulta: 1.11.2015].

Foro de Periodismo Argentino. (2008). *Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Fox, E., y Waisbord, S. (eds.) (2002). *Latin Politics, Global Media*. Austin, EUA: University of Texas Press.

Fromson, M. (1996). Mexico's struggle for a free press. En: Cole, R. E. (ed.). *Communication in Latin America: journalism, mass media and society (*pp. 115-137*)*. Wilmington: Scholarly Resources.

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) (2015). *Paz en los titulares, miedo en la redacción: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en el año 2015*. Bogotá: FLIP.

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) (2014). *60 años de espionaje a periodistas: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia 2014*. Bogotá: FLIP.

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) (2013). *Las noticias se extinguen en el Bajo Cauca*. Bogotá: FLIP.

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) (2012). *De las balas a los expedientes: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en el año 2012*. Bogotá: FLIP.

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), y Garay, A. (2006). Nuevo retos para la formación de comunicadores. *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, 32(135), pp. 37-41.

García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.

Gómez Isa, F. (2008). *Colombia en su laberinto: una mirada al conflicto*. Bogotá: Los libros de la Catarata.

González de Bustamante, C., y Relly, J. E. (2015). Professionalism under Threat of Violence: Journalism, reflexivity and potential for collective professional autonomy in northern Mexico, *Journalism Studies,* Online First, DOI: DOI: 10.1080/1461670X.2015.1006903.

González, R. (2013). *New Players, same old game: change and continuity in Mexican journalism*: Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.

Gronemeyer, M. (2002). Periodistas chilenos: El reto de formar profesionales autónomos e independientes. *Cuadernos de Información,* Santiago de Chile, 15, pp. 53-70.

Güemes, C. (2014). El papel del Estado y el impacto de las políticas públicas en la creación/destrucción de la confianza social: Latinoamérica y Argentina bajo la lupa. tesis de doctorado. Disponible en: ‹http://eprints.ucm.es/26001/1/T35426.pdf› [consulta: 6.3.2015].

Guerrero, A. (2010). *País lejano y silenciado: autocensuras y prácticas periodísticas en el periodismo regional*. Bogotá: FLIP.

Guerrero, M. A., y Márquez-Ramírez, M. (eds.) (2014). *Media Systems and Communication Policies in Latin America*. Londres: Palgrave Macmillan.

Gutiérrez-Atala, F., Ferreira-Jiménez, J., y Pajoni, H. (2015). Estudio sobre los efectos de la presión política

y ciudadana en las rutinas profesionales de periodistas de tres ciudades latinoamericanas. *Comunic@ción. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 6(2), pp. 39-45.

Gutiérrez-Atala, F., Odriozola-Chéné, J., Aguirre-Mayorga, C., Bernal-Suárez, J. D., Ferreira, J., Laurencio, L., Aguirre, P. (2015). Periodismo condicionado: autodiagnóstico sobre cómo cumplen su función los periodistas de Chile, Argentina, Paraguay, Ecuador, Colombia y México en la era de la transparencia. En Cetina-Presuel, R., Corredoira, L., y Gutiérrez-Atala, F. (eds.). *Medios y periodistas en la era del gobierno abierto y la transparencia* (pp. 159-181). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Gutiérrez-Atala, F., Odriozola-Chéné, J., Ferreira, J., Anaya-Ávila, P., y Pajoni, H. (2016). El peso de la presión social y política: estudio de las limitaciones que condicionan el desempeño de los periodistas en cinco países latinoamericanos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 9(1), pp. 84-102.

Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., y Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Nueva York: Pearson Education, Limited.

Hallin, D. (2000). Media, political power and democratization in Mexico. En: Curran, J., y Park, M.-J. (eds.). *De-westernizing media studies*. Londres: Routledge, pp. 97-110.

Hallin, D., y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Nueva York: Cambridge University Press.

Hallin, D., y Papathanassopoulos, S. (2002). Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), pp. 175-195.

Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, paper presentado al evento anual de la International Communication Association, TBA, San Francisco, EUA, 23 de mayo, 17(4), pp. 367-385.

Hanitzsch, T (2011). Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators: Professional Milieus, the Journalistic Field and Autonomy in 18 Countries. *International Communication Gazette* 73(6), pp. 477-494.

Hanitzsch, T. y Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *The International Journal of Press/Politics*, 20 (10), pp. 1-23.

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, C., Berganza, R., Cangoz, R, I, and Wang, K. Yuen, E (2011). Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries, *Journalism Studies*, 12(3), pp. 273-293.

Hanitzsch, T., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., Hanusch, F., Karadjov, Ch., Mellado, C., Moreira, S., Mwesige, P., Plaisance, P., Reich, Z., Seethaler, J., Skewes, E., Noor, D., y Yuen, K. (2010). Modeling perceived influences on journalism: evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(1), pp. 5-22.

Hanitzsch, T., Seethaler, J., Skewes, E., Anikina, M., Berganza, Cangöz, I., Coman, M., Hamada, B., Hanusch, F., Karadjov, Ch., Mellado, C., Moreira, S., Mwesige, P., Plaisance, P., Reich, Z., Noor, D., y Yuen, K. (2012). Worlds of Journalism: Journalistic Cultures, Professional Autonomy and Perceived Influences across 18 Nations. En: Weaver, D., y Willnat, L. (eds.). *The Global*

Journalist in the 21st Century. Nueva York: Routledge.

Hanusch, F. (2013). Moulding industry's image: Journalism education's impact on students' professional views. *Media International Australia*, 146(1), pp. 48-59.

Hecht, M. L., Warren, J. R.; Jung, E., y Krieger, J. L. (2005). The communication theory of identu: Development, theoretical perspective and future directions. En: Gudykunst, W. R. (ed.). *Theorizing about intercultural communication*. Thousand Oaks, EUA: Sage.

Hernández Ramírez, M. E. (2010). Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: en busca de nuevos modelos de financiamiento. En: Hernández Ramírez, M. E. (ed.). *Estudios sobre periodismo: marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 55-122.

Herscovitz, H. (2004). Brazilian journalists' perceptions of media roles, ethics and foreign influences on Brazilian journalism. *Journalism Studies* 5(1), pp. 71-86.

Hox, J. (2002). *Multilevel analysis: Techniques and applications*. Mahwah, NJ, EUA: Erlbaum.

Hughes, S. (2009). Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México. México: Porrúa.

Hughes, S., y Lawson, C. (2005). *The barriers to media opening in Latin America. Politic and Communication*, 22(1), pp. 9-25.

Hughes, S. (2006). *Newsrooms in Conflict: Journalism and the Democratization of Mexico*. Pittsburgh, EUA: University of Pittsburgh Press.

Hughes, S., y Márquez Ramírez, M. (2016). Changes in journalism practices in a context of risk and threat: Tentative results from a national survey of Mexican journalists, *UNESCO's Research Conference on the Safety of Journalists-knowledge is the Key*. Helsinki, UNESCO, 3 de mayo.

Hughes, S., Garcés, M., Márquez-Ramírez, M., y Arroyave, J. (2016). Rethinking professional autonomy: Autonomy to develop and to publish news in Mexico and Colombia. *Journalism*, DOI:10.1177/1464884916659409.

Iglesias, M. (2004). Precariedad laboral de los periodistas, la mordaza de la prensa libre. Tentación peligrosa de pasividad. *Actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación. Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información. Economía, política y lógicas culturales*. Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo y Universidad de Sevilla.

Inglehart, R., y Carballo, M. (1997). Does Latin America exist? (And is there a Confucian culture?): A global analysis of cross-cultural differences. *PS: Political Science & Politics*, 30(1), pp. 34-47.

Instituto Prensa y Sociedad (2015). *Periodismo en arenas movedizas. Estudio 2015: Censura y autocensura en medios y periodistas de Venezuela*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. En línea [consulta: 23.8.2016].

Instituto Prensa y Sociedad (2014). *La orden es el silencio. Estudio 2014: Censura y autocensura en medios y periodistas de Venezuela*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. En línea [consulta: 23.8.2016].

Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Penguin Random House.

Lagos, C., y Cabalin, C. (2013). Precarios y realistas: percepciones de periodistas chilenos sobre su ejercicio profesional y la libertad de expresión. *Perspectivas de la comunicación*, 6(1), pp. 7-21.

Latinobarómetro (2015). *Latinobarómetro. Opinión Pública Latinoamericana. Informe 1995-2015*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Latinobarómetro (2013). *Informe 2013*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Lauría, C., y O'Connor, M. (2010). *Silence or Death in Mexico's Press: Crime, Violenceand Corruption Are Destroying the Country's Journalism*. Nueva York: Committee to Protect Journalists.

Lawson, C. (2002). *Building the fourth state: democratization and the rise of a free press in Mexico*. Berkeley: University of California Press.

Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Buenos Aires: Paidós.

Luchessi, L., y Videla, L. (eds.) (2016). *Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento*. Viedma, Argentina: Universidad Nacional de Río Negro.

Luchessi, L. (ed.) (2013). *Calidad informativa. Escenarios post crisis*. Buenos Aires: La Crujía.

MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. México: Fondo de Cultura Económica.

Márquez Ramírez, M. (2012). Valores normativos y prácticas de reporteo en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México, *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, (30), pp. 97-110.

Martín-Barbero, J. (2003). La globalización en clave cultural. Una mirada latinoamericana. *Renglones,* 53, pp. 18-33.

Martín-Barbero, J. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica, 5*.

Martínez, P., y Rodríguez, P. M. (2008). *Cualitativa-mente*. Madrid: ESIC.

Masip, P., Guallar, J., Peralta, M., Ruiz, C., y Suau, J. (2015). Active audiences and journalism: involved citizens or motivated consumers? *Brazilian Journalism Research*, 1(1), pp. 234-255.

Mastrini, G., y Becerra, M. (2001). 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala. En: Quirós Fernández, F., y Sierra Caballero, F. (eds.) *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Matos, C. (2008). *Journalism and Political Democracy in Brazil*. Lanham, MD: Lexington Books.

Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.

McChesney, F. (2003). Government as definer of property rights. En: Anderson, T., y McChesney, F. (eds.). *Property Rights: Cooperation, Conflict, and Law*. Nueva Jersey, EUA: Princeton University Press.

McChesney, R. D. (2004). *The problem of the media: US communication politics in the twenty-first century*. Nueva York: New York University Press.

McDevitt, M. (2003). In defense of autonomy: A critique of the public journalism critique. *Journal of Communication,* 53 (1), pp. 155-160.

McInerney, C. R., y Bird, N. J. (2005). Assessing Website quality in context: retrieving information about genetically modified food on the Web. *Information Research,* 10(2).

McLeod, J. M., y Rush, R. R. (1969). Professionalization of Latin American and U.S. journalists. *Journalism Quarterly*, 46(3), pp. 583-590.

McManus, J. (1994). *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, EUA: Sage.

McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londres: Sage.

McQuail, D. (1998). *La Acción de Los Medios*. Buenos Aires: Amorrortu.

McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Thousand Oaks, EUA: Sage.

Medianálisis (2016). *Situación del periodismo en Venezuela 2016*. Barquisimeto: Asociación Civil Medianálisis.

Mellado, C. (2014). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), pp. 596-614.

Mellado, C. (2012) The Chilean journalist. En: Weaver, D. y Willnat, L. (eds.) *The Global Journalist in the 21st Century: News People Around the World,* (pp. 382-399). Nueva York: Routledge.

Mellado, C. (2012). Major Trends of Journalist Studies in Latin America. A Meta-Analysis of Five Decades of Research. En: Weaver, D. y Willnat, L. (Eds.). *The Global Journalist in the 21th Century*. Nueva York: Routledge.

Mellado, C. (2009). Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (33): 193-201.

Mellado, C., Hellmueller, L., y Donsbach, W. (2014). *Journalistic Role Performance: Concepts, Contexts, and Methods,* Nueva York, Routledge.

Mellado, C., y Humanes, M. (2012). Modeling perceived professional autonomy in Chilean journalism. *Journalism,* 13 (8), pp. 985-1003.

Mellado, C., y Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: Analyzing journalistic performance in the Chilean National Press. *International Journal of Communication,* 8, pp. 2090-2112.

Mellado, C., Márquez Ramírez, M., Mick, J., Oller Alonso, M., y Olivera, D. (2016). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism*.

Mellado, C., Moreira, S., Lagos, C., y Hernández, M. E. (2012). Comparing Journalism Cultures in Latin America: The Case of Chile, Brazil and Mexico, *International Communication Gazette* 74(1), pp. 60-77.

Mellado, C., y Scherman, A. (2015). *Estudiantes de periodismo en Chile: percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios,* ‹http://www.periodismoucv.cl/wp-content/uploads/2015/08/Informe-FINAL_Estudiantes-de-Periodismo-en-Chile.pdf› [consulta: 10.8.2016].

Mellado, C., y Van Dalen, A. (2014). Between rhetoric and practice: Explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies* 15(6), pp. 859-878.

Menanteau, D. (1967). Professionalism of Journalists in Santiago de Chile. *Journalism Quarterly*, 44, pp. 15-23.

Méndez, A. (2015). Hacedores de historia. *Revista Quórum Académico*, 13(1), pp. 112-125.

Méndez, C., y Rondón, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41 (1), pp. 197-207.

Merrill, J. C. (1974). *The imperative of freedom: A philosophy of journalistic autonomy*. Nueva York: Hastings House.

Milosevic, M., Chisholm, J., Kilman, L., y Henriksson, T. (2014). *Worlds Press Trends 2014. The definitive guide to the global newspaper industry, in numbers, trends, and changes*. París: WAN-IFRA.

Mochkofsky, G. (2011). *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*. Buenos Aires: Planeta.

Molina Tamacas, C. (2016). El Salvador. En: Salaverría, R. (ed.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Ariel.

Monsiváis, C. (2003). Señor Presidente, a usted no le da vergüenza su grandeza? En: Scherer García, J., y Monsiváis, C. (eds.). *Tiempo de saber: prensa y poder en México*. México: Aguilar, pp. 99-339.

Newman, N., Fletcher, R., Levy, D. A., y Kleis Nielsen, R. (2016). *Digital News Report 2016*. Reuters Institute.

Nisbet, E., y Stoycheff, E. (2013). Let the People Speak: A Multilevel Model of Supply and Demand for Press Freedom. *Communication Research*, 40 (5), pp. 720-741.

Nunnally, J., y Bernstein, I. (1995). *Teoría psicométrica. México: McGraw-Hill.*

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2013). *Estudio Mundial sobre el homicidio.* [En línea]. ‹https://www.unodc.org/documents/gsh/pdfs/GLOBAL_HOMICIDE_Report_ExSum_spanish.pdf›, [consulta: 27.2.2016].

Oller-Alonso, M. (2016). La cultura periodística de América Latina: De dónde viene, dónde está y a dónde debería ir. *Razón y Palabra*, 20(93), pp. 219-228.

Oller-Alonso, M. (2015). Comparison between the Journalistic Cultures of Switzerland, Spain and Ecuador. The effects of context influences on the journalists' perception of professional roles and the idea of objectivity. *Revista Intexto*, 33, pp. 90-132.

Oller-Alonso, M., y Amado, A. (2016). Gobierno, medios de comunicación y periodistas en Argentina y Ecuador. En: *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI* (pp. 79-90). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer, Infociudadana.

Oller-Alonso, M., y Barredo-Ibáñez, D. (2013). Las culturas periodísticas intermedias. Estudios comparativos internacionales en Periodismo. *Cuadernos Artesanos Latina,* La Laguna (Tenerife).

Oller-Alonso, M., y Chavero, P. (2016). *Journalism in Latin America: Journalistic Culture of Ecuador*. Granada: EDICSO.

Oller-Alonso, M., y Chavero, P. (2014). La profesionalización del periodismo y el profesionalismo de los periodistas en Ecuador. *Prisma.com*.

Oller-Alonso, M., Chavero, P., Carrillo, J., et al. (2015). La autopercepción de los roles profesionales de los periodistas en Ecuador. *Revista Quórum* 12(1), pp. 157-187.

Oller-Alonso, M., y Meier, K. (2012). *La cultura periodística de España y Suiza*. Madrid: Fragua.

OPS/FCH/CA (2003). Medios y Salud Pública: la voz de los adolescentes. [En línea] [consulta: 10.8.2016].

Ortega, F., y Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.

Páez, A. (2011). Gobierno electrónico de abajo hacia arriba: una propuesta de Venezuela. Santa Fe, EUA: IAJ Press.

Páez, A. (2016). Apropiación social y gobierno móvil en la generación APP. Trabajo de ascenso para optar a la categoría de Titular en La Universidad del Zulia, Venezuela.

Parra, L., Oliva, G., y Páez, A. (2006). Imaginarios y prácticas de jóvenes en Maracaibo en torno a la sexualidad y los medios. *Revista Quórum Académico*, 3(2), pp. 11-36.

Picard, R. (1985). Patterns of state intervention in western press economics. *Journalism Quarterly*, 62, pp. 3-9.

Picard, R., y Weezel, A. (2008). Capital and control: Consequences of different forms of newspaper ownership. *International Journal on Media Management,* 10 (1), pp. 22-31.

Pihl-Thingvad, S. (2015). Professional ideals and daily practice in journalism. *Journalism* 16(3), pp. 392-411.

Preston, P., y Metykova, M. (2008). Individual influences on news: Journalists values and norms. En: P. Preston (eds.), *Making the news: Journalism and news cultures in Europe*. Nueva York: Routledge.

Ramírez de la Piscina, T., González, M., Aiestarán, A., Zabalondo, B., y Aguirre, A. (2014). Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012). *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), pp. 248-274.

Red de Periodismo de Calidad (2006). Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México. México: Universidad Iberoamericana.

Reese, S. (2001). Understanding the global journalist: a hierarchy of influences approach. *Journalism Studies*, 2 (2), pp. 173-187.

Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de «jerarquía de influencias». *Comunicación y Sociedad*, 12(2), pp. 47-68.

Reich, Z., y Hanitzsch, T. (2013). Determinants of Journalists Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More Than Organizational Ones. *Mass Communication and Society,* 16 (1), pp. 133-156.

Relly, J., y González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States. *International Journal of Press/Politics*, 19(1), pp. 108-131.

Rincón, O. (2010). El club de la pelea… poder político *vs* poder mediático. En: Rincón, O. (ed.). *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina* (pp. 183-195). Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Rockwell, R. (2002) Mexico: the Fox factor. En: Fox, E., y Waisbord, S. (eds.). *Latin politics, global media*. Austin, EUA: University of Texas Press, pp. 107-122.

Rodríguez Castañeda, R. (1993). *Prensa vendida. Los periodistas y presidentes: 40 años de relaciones*. México: Grijalbo.

Rodríguez Munguía, J. (2007). *La otra guerra secreta: los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. México: Debate.

Rost, A., y Bergero, F. (eds.) (2012). *Periodismo en contexto de convergencias*. General Roca, Argentina: Publifadecs.

Ruiz, F. (2014). *Guerras mediáticas. Las grandes batallas periodísticas desde la revolución de mayo hasta la actualidad*. Buenos Aires: Sudamericana.

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Ariel.

Scharfenberg, E. (2007). *Un punto de inflexión. La libertad de prensa en Venezuela 2006-2007*. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad. [En línea], ‹http://bit.ly/2grT7FF›, [consulta: 23.8.2016].

Scherer, J. (1986). *Los presidentes*. México: Grijalbo.

Schlenker, B. P., y Forsyth, D. R. (1977). On the ethics of psychological research. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, pp. 369-396.

Schudson, M. (1996). The sociology of news production revisited. En: Curran, J., y Gurevitch, M. (eds.). *Mass Media and Society,* 2ª edición. Nueva York: St. Martin Press.

Serrano, M. (1995). Para un mapa mediático de la ciudadanía. II Congreso de la Conferencia Venezolana de Comunicación Social, 16-20 de mayo, Isla de Margarita, Venezuela.

Serrano, P. (2010). *Traficantes de información: la historia oculta de los medios de comunicación españoles*. Madrid: FOCA.

Shafer, R. (1990). Greasing the newsgate: The journalist on the take in the Philippines. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 5 (1), pp. 15-29.

Shapiro, I. (2010). What's a Good Story? Recognizing Quality in Jorunalist's Work. En: P. Benedetti, K. Kierans, y Currie, T. (eds.). *The New Journalist: Roles, Skills and Critical Thinking* (pp. 99-112). Toronto: Edmond Montgomery.

Shoemaker, P., y Reese, S. (2013). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. Nueva York: Routledge.

Sigelman, L. (1973). Reporting the News: An Organizational Analysis. *American Journal of Sociology*, 79 (1), pp. 132-151.

Sivak, M. (2013). *Clarín. Una historia*. Buenos Aires: Planeta.

Sjøvaag, H. (2013). Journalistic Autonomy. Between Structure, Agency and Institution. *Nordicom Review*, 34, pp. 155-166.

Spencer, M. (1993). *Economía contemporánea*. Barcelona: Reverté.

Stetka, V., y Örnebring, H. (2013). Investigative Journalism in Central and Eastern Europe: Autonomy, Business Models, and Democratic Roles. *International Journal of Press/Politics*, 18 (4), pp. 413-435.

Steven Bermúdez, S., y Villalobos, O. (2015). Modelos de contextos e identidades discursivas colectivas: uso de la plataforma Zello durante las revueltas insurreccionales en Venezuela del año 2014. *Revista Quórum Académico*, 12(2), pp. 240-263.

Tabachnick, B., y Fidell, L. (2013). *Using multivariate statistics*. Nueva York: Pearson.

Tandoc, E., Hellmueller, L., y Vos, T. (2013). Mind the gap: between role conception and role enactment. *Journalism Practice* 7(5), pp. 539-554.

Teramo, M. T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1), pp. 57-84.

Thurman, N., Cornia, A., y Kunert, J. (2016). *Journalist in the UK*. Londres: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Nueva York: The Free Press.

UNESCO (2010). *Indicadores de Desarrollo Mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [En línea], ‹http://bit.ly/2fXGy6H› [consulta: 20.8.2016].

Virtue, J. (1994). *Journalists in the Andes*. Miami: Florida International University.

Voakes, P. (1997). Social influences on journalists' decision making in ethical situations. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 12 (1), pp. 18-35.

Vos, T. (2005). Journalistic role conception: A bridge between the reporter and the press. Paper presentadio a la International Communication Association Conference, *Journalism Studies Division*, Nueva York.

WACC (2015). *América Latina. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Regional*. Toronto: GMMP.

Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. Cambridge: John Wiley & Sons.

Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.

Waisbord, S. (2010). Latin America. En: Norris, P. (ed.), *Public Sentinel: News Media and Governance Reform* (pp. 305-328). Washington: World Bank.

Waisbord, S., y Amado A. (2014). Periodismo partido al medio. En: *La comunicación pública como espectáculo* (pp. 211-285). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer.

Wallis, D. (2004). The media and democratic change in Mexico. *Parlamentary Affairs* 57(1), pp. 118-130.

Weaver, D. (1998). *The Global Journalist: News People Around the world*. Creeskill, NJ, EUA: Hampton Press.

Weaver, D., Beam, R., Brownlee, B., Voakes, P., y Cleveland Wilhoit, G. (2009). *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Nueva York: Routledge.

Weaver, D., y Wilhoit, C. (1996). *The American Journalist in the 1990s: US News People at the End of an Era*. Mahwah, NJ, EUA: Lawrence Erlbaum Associates.

Weaver, D., y Willnat, L. (eds.) (2012). *The Global Journalist in the 21st Century*. Nueva York: Routledge.

Weber, M. (1992 [1910]). Max Weber: para una sociología de la prensa. *REIS*, 57, pp. 251-259.

Whitney, Ch., Sumpter, R., y McQuail, D. (2004). News Media Production: Individuals, Organizations and Institutions. En: Downing, J., McQuail, D., y Wartella E. (eds.), *The Sage Handbook of Media Studies*. Londres: Sage Publication.

Wilke, J. (1998). Journalists in Chile, Ecuador and Mexico. En: Weaver, D. (ed.). *The global journalist: news people around the world*. Cresskill: Hampton Press, pp. 433-452.

Wimmer, R. D., y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27, pp. 151-208.

Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Donostia: Tercera Prensa.

Los autores

Adriana Amado ‹amadoa@catedraa.com.ar›. Doctora en Ciencias Sociales (FLACSO), profesora de la UNLAM y FLACSO, Argentina. Presidente del Centro para la Información Ciudadana.

Andrés Cañizález ‹andres.canizalez@gmail.com›. Doctor en Ciencia Política. Investigador titular de la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela). Director de la revista *Temas de Comunicación*. Preside la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación. Es directivo de la asociación civil Medianálisis.

Ángel Emiro Páez Moreno. Doctor en Ciencias Sociales (Universidad del Zulia, Venezuela). Profesor asociado de la Facultad de Humanidades y Educación en la Universidad del Zulia. Director-editor de la revista científica *Quórum Académico*, Venezuela.

Carlos Arcila Calderón. Doctor europeo en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo (Universidad Complutense de Madrid). Profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca, España.

Claudia Mellado ‹claudia.mellado@pucv.cl›. Doctora en Comunicación (Pontificia Universidad de Salamanca), posdoctorada en Periodismo (Universidad de Indiana). Profesora de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Fernando Gutiérrez-Atala ‹fgutierrez@ucsc.cl›. Profesor asistente de la Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de la Santísi-

ma Concepción, Concepción, Chile. Coordinador general del Grupo de Estudios Rutinas Periodísticas (ERP), Chile.

Jacques Mick ‹jmick@floripa.com.br›. Magíster y doctor en Sociología Política (Universidad Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil). Posdoctorado en la Universidad de Lisboa. Subcoordinador del Programa de Posgraduación en Sociología Política. Profesor del Departamento de Sociología y Ciencia Política de la UFSC.

Javier Augusto Ferreira-Jiménez ‹jferreira4@unab.edu.co›. Comunicador social, periodista. Magíster en Desarrollo Educativo y Social (Universidad Pedagógica Nacional, Colombia). Profesor asociado del Programa de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB). Director del Observatorio Regional de Medios de Información, Colombia.

Javier Odriozola-Chéné ‹javiero@uhemisferios.edu.ec›. Licenciado de Periodismo y doctor en Periodismo (Universidad del País Vasco). Profesor titular agregado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios, Ecuador. Editor de *ComHumanitas,* revista científica de comunicación, Ecuador.

Jesús Arroyave Cabrera ‹jarroyav@uninorte.edu.co› Doctor en Comunicación (Universidad de Miami, EUA). Profesor asociado de la Universidad del Norte (Barranquilla, Colombia).

José Luis Benítez ‹jbenitez@uca.edu.sv›. Doctor en Comunicación (Universidad de Ohio, EUA). Profesor en la Maestría en Comunicación de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

Juan José Domínguez-Panamá ‹josedominguez@uv.mx›. Licenciado en Comunicación y maestro en Periodismo (Universidad Veracruzana, México). Académico de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana. Candidato doctoral en Estudios Culturales, México.

Mabel Calderín Ruiz Bibliotecóloga (Universidad de La Habana). Magíster en Sistemas de Información (Universidad Católica Andrés Bello, UCAB, Venezuela). Directora del Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza S. J. y de la Biblioteca Central de la UCAB.

Martín Oller Alonso ‹martin.olleralonso@gmail.com›. Doctor en Periodismo, máster en Comunicación y grado en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Ciencias de la Actividad Física y el Deporte y Magisterio. Profesor investigador de la Universidad de las Américas, Ecuador.

Miguel Garcés Prettel ‹mgarces@unitecnologica.edu.co›. Magíster en Comunicación Social. Candidato a doctor en Comunicación (Universidad del Norte, Colombia). Profesor asociado de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Colombia.

Mireya Márquez ‹mireya.marquez@ibero.mx›. Doctora en Comunicación (Universidad de Londres), maestra en Estudios sobre Periodismo (Universidad de Cardiff, Gales). Académica de tiempo completo del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, México.

Pablo Enrique Paz. Licenciado en Comunicación Social (Universidad Católica Cecilio Acosta de Maracaibo, Venezuela). Maestría en Gerencia de las Finanzas y de los Negocios (Universidad Yacambú, Venezuela). Directivo de Medianálisis.

Palmira Chavero Ramírez ‹pchavero@flacso.edu.ec›. Doctora en Ciencias de la Comunicación y Sociología y Licenciada en Periodismo (Universidad Complutense de Madrid). Profesora asociada de FLACSO, Ecuador.

Roximar Tovar. Estudiante de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela.

Sallie Hughes ‹shughes@miami.edu›. Doctora en Estudios Latinoamericanos (Universidad Tulane, EUA). Profesora asociada de Periodismo y Estudios Latinoamericanos, en la Universidad de Miami, EUA.

Silvio Waisbord ‹waisbord@gwu.edu›. Doctor en Sociología (Universidad de California). *Editor-in-Chief* de *Journal of Communication* (2015-2018). Profesor asociado de la Escuela de Medios y Asuntos Públicos de la George Washington University, EUA.

Sonia Virgínia Moreira ‹soniavm@gmail.com›. Doctora en Ciencias de la Comunicación (Universidad de San Pablo, Brasil). Profesora asociada a la Facultad de Comunicación Social y el Programa de Posgrado de la Universidad del Estado de Río de Janeiro.